



Programa de  
Pós-Graduação em  
**Linguística**

**UM ESTUDO CENOGRÁFICO DA “CIÊNCIA”  
DIVULGADA NA REVISTA *PESQUISA FAPESP***

**MARINA DELEGE**

SÃO CARLOS  
2019



**Universidade Federal de São Carlos**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA

UM ESTUDO CENOGRÁFICO DA “CIÊNCIA”  
DIVULGADA NA REVISTA *PESQUISA FAPESP*

MARINA DELEGE

Bolsista: Coordenação de Aperfeiçoamento  
de Pessoal de Nível Superior (CAPES)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística (PPGL) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), como parte dos requisitos para a obtenção do Título de Mestra em Linguística.

Orientador: Prof<sup>ª</sup> Dra. Luciana Salazar Salgado

Delege, Marina

UM ESTUDO CENOGRÁFICO DA “CIÊNCIA” DIVULGADA NA  
REVISTA PESQUISA FAPESP / Marina Delege. -- 2019.  
142 f. : 30 cm.

Dissertação (mestrado)-Universidade Federal de São Carlos, campus São  
Carlos, São Carlos

Orientador: Luciana Salazar Salgado

Banca examinadora: Jauranice Rodrigues Cavalcanti, Marcela Franco  
Fossey

Bibliografia

1. Análise do Discurso. 2. Cenas da Enunciação. 3. Ciência. I.  
Orientador. II. Universidade Federal de São Carlos. III. Título.

Ficha catalográfica elaborada pelo Programa de Geração Automática da Secretaria Geral de Informática (SIn).

DADOS FORNECIDOS PELO(A) AUTOR(A)

Bibliotecário(a) Responsável: Ronildo Santos Prado – CRB/8 7325



## UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Educação e Ciências Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Linguística

---

### Folha de Aprovação

---

Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Dissertação de Mestrado da candidata Marina Delege, realizada em 18/04/2019:



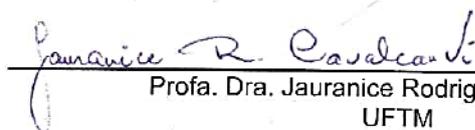
---

Prof. Dra. Luciana Salazar Salgado  
UFSCar



---

Prof. Dra. Marcela Franco Fossey  
UNICAMP



---

Prof. Dra. Jauranice Rodrigues Cavalcanti  
UFTM

## **AGRADECIMENTOS**

---

Agradeço à professora **Luciana Salazar Salgado** por se abrir para várias conversas, me escutar, entender minhas ideias e me orientar, sobretudo. Tenho que dizer: compreender minhas vontades e ideias, para muitas pessoas, não é tão simples, e você conseguiu transformá-las em algo lindo e importante.

Ao grupo de pesquisa **comunica – inscrições linguísticas na comunicação**, por manter minhas ideias tão vivas e renovadas a cada encontro, por construir comigo um trabalho tão importante. As dicas foram fundamentais e permitiram a este trabalho ser o que é.

Agradeço à **Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)** por financiar esta pesquisa.

Por fim, agradeço principalmente aos meus familiares, que me proporcionam energia e inspiração para dar o melhor de mim nesta trilha que é o Mestrado. Por isso, agradeço a minha avó **Maria Inês Ferreira da Silva** e a minha mãe **Ana Claudia da Silva** por serem duas grandes mulheres, exemplos de valentia e de dedicação. Ao meu pai, **Carlos Augusto Delege**, por ser meu porto-seguro, sempre. E agradeço à **Lara Mariana Delege** e ao **Christofer Daniel Valadares**, dois seres extraordinários que entraram na minha vida e mudaram tudo. Vocês dois são grandes exemplos de benevolência e de companheirismo, sobretudo pela sabedoria que semeiam.

## RESUMO

---

Esta pesquisa investiga os sentidos atribuídos à palavra “ciência” no discurso de divulgação científica tal como é construído em um importante dispositivo comunicacional: a revista *Pesquisa FAPESP*, que, aqui, é visto como um *mídiu* (DEBRAY, 2000), ou seja, um *vetor de sensibilidade* que permite identificar sua *matriz de sociabilidade*, a FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, pois se trata de um objeto editorial produzido para comunicação de resultados obtidos por uma das maiores agências de fomento à pesquisa do país, dado que mobiliza 1% da receita tributária acumulada no Estado de São Paulo por ano e, por exemplo, desembolsou R\$1,058 bilhão em apoio a 24.026 projetos de pesquisa no ano de 2017, segundo o relatório de atividades FAPESP divulgado na edição n. 270 de agosto de 2018. Formamos um *córpus* com as primeiras 270 edições lançadas, o que inclui todos os números publicados entre agosto de 1995 e agosto de 2018, para realizarmos um levantamento descritivo de todas as edições com o intuito de mapear a gênese do discurso FAPESP, a fim de investigar os sentidos atribuídos a palavra “ciência” presente na divulgação científica realizada pela revista *Pesquisa FAPESP*, tomando por base os preceitos teóricos da análise do discurso francesa, mais especificamente, a teoria das cenas da enunciação proposta por Maingueneau (2008a), que contribui para a compreensão da discursivização textualizada na revista *Pesquisa FAPESP*, pois se trata da superfície textual na qual o regime discursivo faz funcionar seus valores e poderes.

**Palavras-chave:** ciência; cenas da enunciação; *mídiu*; revista *Pesquisa FAPESP*.

## ABSTRACT

---

This research investigates the meanings attributed to the word “science” in discourses of scientific divulgation the way it is built on an important communication device: *Pesquisa FAPESP* magazine. It is seen, here, as a *mídiu*m (DEBRAY, 2000): a *vector and value* that allows to identify one *formative matrix*, the FAPESP – Foundation of support to research of São Paulo state, because it is an editorial object tailored for results communication obtained by one of the largest research sponsoring agencies of Brazil, as it mobilizes 1% of the state of São Paulo’s tax revenue per year and e.g. disbursed R\$1,058 billion for supporting 24.026 research projects in 2017, according to the activities report published by FAPESP in edition n. 270 on August 2018. Our *corpus* is constituted by the first 270 editions published, which includes all editions published between August 1995 and August 2018. To employ a descriptive listing of all editions aiming to map the genesis of such discourse, looking after meanings attributed to the word “science” present in scientific divulgation done by *Pesquisa FAPESP* magazine, we used the theoretical precepts of French Discourse Analysis as foundations, specifically the theory of enunciation scenes proposed by Maingueneau (2008a), which contributes towards comprehending of textualized discoursivization on *Pesquisa FAPESP* magazine, since it approaches the textual surface in which the discursive regime employ its values and powers.

**Keywords:** Science; enunciation scenes; *mídiu*m; *Pesquisa FAPESP* magazine.

## LISTA DE FIGURAS

---

- Figura 1 – Reportagem retirada do blog *Biologia Total*. p. 16
- Figura 2 – Colagem de imagens feitas no dia da 2ª Marcha pela Ciência, em 2 de setembro de 2017. p. 17
- Figura 3 – Definição de *ciência* por Mario Neto Borges, postada no Instagram do CNPq. p. 17
- Figura 4 – Ranking de financiadores da pesquisa brasileira por número de documentos (2011-2018). p. 19
- Figura 5 – Reprodução de texto do Diário Oficial sobre a FAPESP. p. 20
- Figura 6 – Peça publicitária divulgando a reformulação do website da própria revista. p. 22
- Figura 7 – *Print* da primeira página do site *Pesquisa Fapesp* (dez. 2018). p. 23
- Figura 8 – Reprodução da seção *Memória* retirada da edição n. 76 (jun. 2002). p. 37
- Figura 9 – *Screenshot* dos resultados do buscador para “ciência” (por relevância). p. 52
- Figura 10 – Cabeçalho da tabela *Córpus Pesquisa FAPESP*. p. 57
- Figura 11 – Excerto retirado da tabela para mostrar a descrição da edição n. 5. p. 59
- Figura 12 – *Screenshot* das colunas de *Tags*. p. 59
- Figura 13 – Mudança de logos publicadas no informativo “Notícias FAPESP” para a revista *Pesquisa FAPESP* (1995-2010). p. 64
- Figura 14 – Capas das edições n. 1 (ago. 1995) e n. 12 (ago. 1996). p. 65
- Figura 15 – Capas dos boletins mensais “Notícia FAPESP”, da esquerda para a direita, respectivamente: edições n. 34 (ago. 1998), n. 35 (set. 1998), n. 36 (out. 1998) e n. 37 (nov. 1998). p. 66
- Figura 16 – Capas das edições n. 45 (ago. 1999), n. 46 (set. 1999) e n. 47 (out. 1999). p. 67
- Figura 17 – Transição do boletim “Notícias FAPESP” para *Pesquisa FAPESP*. p. 67
- Figura 18 – Primeira revista *Pesquisa FAPESP* publicada (n. 47, out. 1999). p. 68

Figura 19 – Capa da edição n. 66 (jul. 2001).	p. 69
Figura 20 – Capas da revista <i>Pesquisa FAPESP</i> edições n. 83 (jan. 2003) e n. 84 (fev. 2003).	p. 70
Figura 21 – <i>Screenshot</i> da tabela <i>Córpus Pesquisa FAPESP</i> .	p. 73
Figura 22 – Publicidade da revista <i>Pesquisa FAPESP</i> (edição n. 197).	p. 73
Figura 23 – Convocação de anunciantes para a “realização do futuro” (edição n. 75, maio 2002).	p. 76
Figura 24 – Publicidades da <i>Pesquisa FAPESP</i> retiradas da própria revista na edição n. 77 (jul. 2002).	p. 78
Figura 25 – Publicidades da <i>Pesquisa FAPESP</i> retiradas da própria revista (edição n. 78, ago. 2002).	p. 80
Figura 26 – Propaganda reproduzida na edição n. 80 (out. 2002).	p. 81
Figura 27 – Propaganda reproduzida na edição n. 83 (jan. 2003).	p. 81
Figura 28 – Peça publicitária retirada da edição n. 87, lançada em maio de 2003.	p. 84
Figura 29 – Propaganda reproduzida da edição n. 233 (jul. 2015).	p. 85
Figura 30 – Exemplos de publicidades na revista sobre a própria revista, dirigidas aos leitores. Da esquerda para a direita, respectivamente: edições n. 235 (set. 2015), n. 236 (out. 2015), n. 237 (nov. 2015), n. 240 (fev. 2016), n. 242 (abr. 2016), n. 246 (ago. 2016), n. 249 (nov. 2016) e n. 251 (jan. 2017).	p. 86
Figura 31 – Peça retirada da edição n. 270 publicada em agosto de 2018.	p. 87
Figura 32 – Exemplos de publicidade da revista sobre a própria revista, dirigidas aos leitores. Respectivamente, da esquerda para a direita: edições n. 257 (jul. 2017), n. 259 (set. 2017), n. 262 (dez. 2017), n. 267 (maio 2018), n. 261 (nov. 2017) e n. 266 (abr. 2018).	p. 88
Figura 33 – Matéria de capa da edição n. 42, lançada em maio de 1999.	p. 91
Figura 34 – <i>Screenshot</i> da aba “humanidades” do site <i>Pesquisa FAPESP</i> , capturado em 31 de maio de 2018.	p. 91
Figura 35 – <i>Screenshot</i> da seção “notas” do informativo n. 12 (ago. 1996).	p. 92
Figura 36 – Índice da edição n. 47 (out. 1999).	p. 93

Figura 37 – Exemplo da subcategoria atribuída à seção “ciência”.	p. 94
Figura 38 – <i>Screenshot</i> da aba "ciência" do site <i>Pesquisa FAPESP</i> , realizado em 31 de maio de 2018.	p. 95
Figura 39 – Página da seção “comentários” retirada da edição n. 267 (maio 2018).	p. 96
Figura 40 – Colagem com alguns gráficos, listas e infográficos coletados durante o processo.	p. 99
Figura 41 – Perfil da edição n. 38 (dez. 1998).	p. 99
Figura 42 – Perfil da edição n. 46 (set. 1999).	p. 100
Figura 43 – Recorte da página 33 da edição n. 59 – Quadro “O PROJETO”.	p. 101
Figura 44 – Quadros retirados da edição n. 59.	p. 101
Figura 45 – Desembolso da FAPESP em 2016 (edição n. 258, ago. 2017).	p. 102
Figura 46 – Investimentos por setor da Fundação FAPESP de 1995 retirado da edição n. 5 (jan. 1996).	p. 103
Figura 47 – Desembolso da Fundação FAPESP de 2013 (por campos de conhecimento), retirado da edição n. 223 (set. 2014).	p. 104
Figura 48 – Seção “dados”, edição n. 270 (ago. 2018).	p. 106
Figura 49 – Seção “dados”, edição n. 250 (dez. 2016).	p. 107
Figura 50 – Representação da cenografia.	p. 108
Figura 51 – Reportagem retirada da edição n. 258, da seção “Política C&T”.	p. 109
Figura 52 – Gráficos retirados da reportagem resiliência na crise (edição n. 258, p. 39).	p. 110
Figura 53 – Divulgação do “Relatório de atividades 2015” (edição n. 247, set. 2016).	p. 111
Figura 54 – Divulgação do “Relatório de atividades 2014” (edição n. 234, ago. 2015).	p. 112
Figura 55 – Edição n. 270 (ago. 2018).	p. 113
Figura 56 – Edição n. 256 (jun. 2017).	p. 115

Figura 57 – <i>Screenshot</i> da matéria de capa da edição n. 256.	p. 116
Figura 58 – Gráfico retirado da reportagem “Financiamento em Crise” (edição n. 256).	p. 117
Figura 59 – Dispêndio em P&D de 2008-2013 (edição n. 242).	p. 119
Figura 60 – Publicado na edição n. 5 (jan. 1996).	p. 121
Figura 61 – Número de projetos Pipe por município do estado de São Paulo – recorte da edição especial (dez. 2017).	p. 124
Figura 62 – Capa da edição n. 62, publicada em março de 2001(“O apoio de Mário Covas à Ciência”).	p. 126
Figura 63 – Reportagem em homenagem a Mário Covas (edição n. 69, mar. 2001).	p. 127
Figura 64 – Coordenadores dos projetos Pipe (edição n. 247, set. 2016).	p. 129
Figura 65 – Ranking das universidades empreendedoras (edição n. 250, dez. 2017).	p. 130
Figura 66 – Edição n. 1 (ago. 1995).	p. 130
Figura 67 – Distribuição dos financiamentos (edição n. 9, maio 1996).	p. 131
Figura 68 – Desembolso realizado pela FAPESP em 2013 (edição n. 223, set. 2014).	p. 131
Figura 69 – Ranking das instituições que mais são citadas em trabalhos (edição n. 228, fev. 2015).	p. 132
Figura 70 – Edição n. 234 (ago. 2015).	p. 133
Figura 71 – Reprodução de tabela extraída da seção “Dados” (edição n. 194, abr. 2002).	p. 134

## **LISTA DE GRÁFICOS E TABELA**

---

Gráfico 1 – Comparação das capas publicadas em relação às capas de humanidades publicadas na *Pesquisa FAPESP*. p. 92

Gráfico 2 – A ciência divulgada na revista *Pesquisa FAPESP*. p. 140

Tabela 1 – Comparação dos investimentos realizados pela Fundação FAPESP nos anos de 1995, 2013 e 2016 (por setor). p. 107

## SUMÁRIO

---

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>p. 15</b>
<b>CAPÍTULO I – TEÓRICO</b>	<b>p. 31</b>
1.1 A REVISTA <i>PESQUISA FAPESP</i> COMO UM VETOR DE SENSIBILIDADE	p. 31
1.2 A RELAÇÃO DO MATERIAL COM O INSTITUCIONAL	p. 43
1.2.1 Um discurso jornalístico científico	p. 45
<b>CAPÍTULO II – METODOLÓGICO</b>	<b>p. 52</b>
2.1 DESCREVENDO O PERCURSO	p. 53
2.2 CONSTRUINDO A TABELA, RECONHECENDO O CÓRPUS	p. 57
<b>CAPÍTULO III – ANÁLISES</b>	<b>p. 65</b>
3.1 PUBLICIDADES: A PROPAGANDA DA REVISTA <i>PESQUISA FAPESP</i> NA REVISTA <i>PESQUISA FAPESP</i>	p. 74
3.2 MARGINALIA CIENTÍFICA: CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS À MARGEM DA DIVULGAÇÃO	p. 91
3.3 GESTÃO FAPESP: A DIVULGAÇÃO DOS RECURSOS DA FAPESP NA REVISTA <i>PESQUISA FAPESP</i>	p. 100
3.3.1 Edição 256: a edição que nos conectou com o passado	p. 117
3.3.2 USP: uma protagonista nas publicações da revista <i>Pesquisa FAPESP</i>	p. 130
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>p. 137</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>p. 142</b>

## INTRODUÇÃO

---

### **Um início antes do começo**

Embora seja recorrente na academia resumir todo o trabalho de um projeto em artigos objetivos, lógicos e escritos sob um ideal coerente e coeso que alcance o entendimento de seus leitores, esta pesquisa, assim como outras, não começou no papel, acabada e muito menos com o mesmo propósito que apresentaremos neste “início”. Há um início antes do começo, quando uma vontade ganha forças e partido em um grupo de pesquisas que permitiu explorá-la, analisando aspectos do mundo vivido.

Iniciada com o propósito de analisar a fórmula “ciência aberta”, notamos que se tratava de um sintagma que não circulava e aparecia raramente, apenas em comunidades discursivas muito específicas. Nas buscas realizadas desse sintagma, houve um forte aparecimento da palavra “ciência” com atribuições de sentidos distintas, de acordo com predicados diferentes: “ciência gastronômica”, “ciência cidadã”, “ciência brasileira” etc., as quais apareciam em diferentes materiais de divulgação. Deste ponto em diante, foi preciso, com o auxílio do grupo de pesquisa *Comunica – inscrições linguísticas na comunicação*<sup>1</sup>, delimitar qual seria, de fato, minha pesquisa, pois em cada uma dessas noções havia um mundo de possibilidades a se trabalhar, o que para um mestrado não caberia. Neste sentido, busquei selecionar dentre as noções apresentadas aquela que tivesse um impacto intelectual mais relevante na atual circunstância. De pronto, certifiquei-me de que a “ciência” que recebia a predicação “brasileira” era a mais importante ao meu ver, pois o material com que eu, então, me propunha trabalhar era produzido por uma importante instituição de fomento à produção científica que seleciona quais pesquisas receberão financiamento e financia pesquisas, definindo, portanto, o que considera ser “ciência” em suas seleções.

Por isso, o começo inaugura-se no ponto em que identificamos o material mais emblemático para a compreensão do que seja “ciência” no discurso eminente da *Pesquisa FAPESP*, pois se trata de uma revista de divulgação científica produzida por uma das

---

<sup>1</sup> Sediado na Universidade Federal de São Carlos, o *Comunica* é um grupo de pesquisas que busca estudar os lineamentos dos dispositivos comunicacionais característicos de nosso tempo.

maiores agências de fomento à pesquisa do Brasil – segundo ela mesma e os números que publica.

### *O começo*

Partimos do ponto em que existe uma noção de “ciência” estabelecida no senso comum, retomada desde o século XVII,

constitui crença generalizada que o conhecimento fornecido pela ciência distingue-se por um grau de certeza alto, desfrutando, assim, de uma posição privilegiada com relação aos demais tipos de conhecimento (o do homem comum, por exemplo). Teorias, métodos, técnicas, produtos, contam com aprovação geral quando considerados científicos. A autoridade da ciência é evocada amplamente. (CHIBENI, 2004)<sup>2</sup>

O curso de jornalismo científico desenvolvido pela Federação Mundial de Jornalistas Científicos em cooperação com a Science and Development Network divulga em seu material que “a ciência é o esforço de produzir uma descrição verdadeira da natureza”.<sup>3</sup>

Em reportagem publicada em dezembro de 2016 no jornal *Folha de S. Paulo*, intitulada *Aluno brasileiro gosta de ciências, mas é massacrado pelo conteúdo*<sup>4</sup> afirma-se “A ciência explica a vida em todas as suas formas e trata do mundo de uma escala milhares de vezes menor do que a espessura de um fio de cabelo até o tamanho do Universo.”, Na reportagem a jornalista Sabrina Righetti, discute o desempenho do país no exame internacional Pisa.

O blog *Biologia Total*, do Prof. Paulo Jubilut, que possui um canal no YouTube com mais de 1,5 milhão de inscritos, divulgou um post *O que a ciência representa para você?*<sup>5</sup>, em abril de 2017, sobre o movimento “*March for Science*”, que ocorreu em 22 de abril de 2017 mundialmente. Nesse post, *ciência* é definida como “...uma ferramenta

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.unicamp.br/~chibeni/textosdidaticos/ciencia.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2019.

<sup>3</sup> Disponível em: <[http://www.wfsj.org/course/pt/pdf/mod\\_5.pdf](http://www.wfsj.org/course/pt/pdf/mod_5.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2019.

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2016/12/1838911-aluno-brasileiro-gosta-de-ciencias-mas-e-massacrado-pelo-conteudo.shtml>>. Acesso em: 01 mar. 2019.

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.biologiatotal.com.br/blog/o-que-a-ciencia-representa-para-voce.html>>. Acesso em: 01 mar. 2019.

fundamental na busca de respostas que pode – e deve – influenciar políticas e a tomada das nossas decisões diárias”, como podemos ver na figura a seguir:



A Marcha pela Ciência ocorreu em 25 cidades do Brasil e protestou contra os cortes nos gastos com ciências nos últimos anos. Fonte: Bruno Santos | FolhaPress

Cada vez mais encontramos restrições na ciência, tanto para pesquisar, quanto para divulgar os resultados do que é descoberto. A iniciativa de marchar pela ciência pode ser pequena aos olhos da sociedade, mas é um grande incentivo na aplicação da ciência na política. A ciência é uma ferramenta fundamental na busca de respostas que pode – e deve – influenciar políticas e a tomada das nossas decisões diárias.

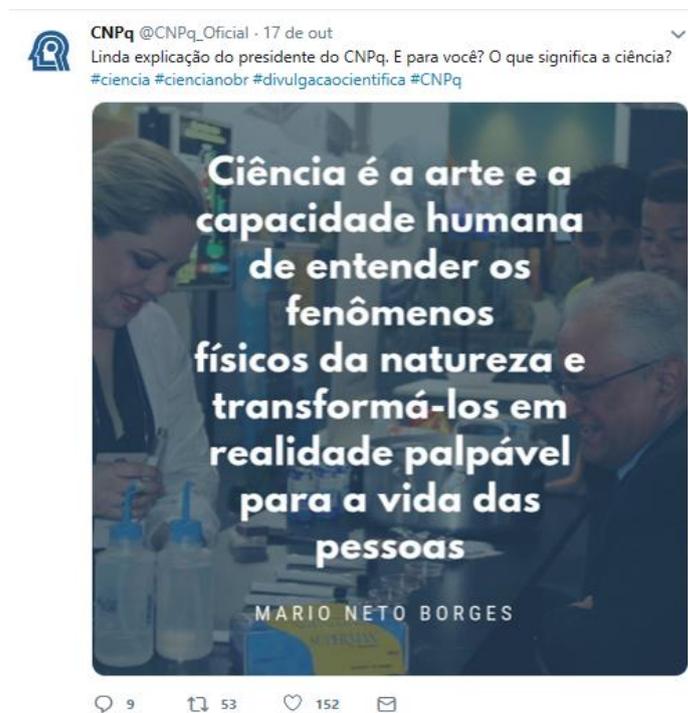
**Figura 1** Reportagem retirada do blog *Biologia Total*.  
Fonte: Blog Biologia Total, 2017.

Podemos considerar, ainda, os próprios cartazes utilizados na marcha do movimento “*March for Science*” ocorrido no Brasil na mesma data, onde *ciência* é definida por: “ferramenta fundamental na busca de respostas”, “investimento”, “avanço econômico e social”, “evidência”, “evolução” e “futuro”, conforme podemos ler nos cartazes abaixo:



**Figura 2** Colagem de imagens feitas no dia da 2ª Marcha pela Ciência, em 2 de setembro de 2017.  
Fonte: acervo pessoal da autora.

Além disso, há um outro tipo de *ciência* regulamentada por uma série de órgãos e instituições que pretendem contribuir para uma retidão dos procedimentos científicos, para definição, portanto, de como *fazer ciência*. Por exemplo, para Mario Neto Borges, presidente do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq):



**Figura 3** Definição de *ciência* por Mario Neto Borges, postada no Instagram do CNPq.  
Fonte: Perfil de Instagram “CNPq\_Oficial”, 2018.

Já para a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), na mensagem da diretora-geral da UNESCO, Audrey Azoulay, por ocasião do Dia Mundial da Ciência para a Paz e o Desenvolvimento (10 de novembro de 2018), *ciência* aparece assim:

Este ano, o tema do Dia Mundial da Ciência para a Paz e o Desenvolvimento é: “Ciência: um direito humano”. A celebração do 70º aniversário da Declaração Universal dos Direitos Humanos é uma oportunidade ideal para reafirmar o direito essencial do acesso universal à ciência e de avaliar o quanto resta a ser feito para realizar esse objetivo. Os surpreendentes avanços alcançados pela **ciência** nessas últimas décadas têm mudado nossas condições de vida. As ciências e suas inúmeras aplicações determinam agora todos os aspectos da vida humana. As inovações produzidas são uma oportunidade para o desenvolvimento de nossas sociedades. Elas melhoram nosso bem-estar, facilitam a vida cotidiana e derrubam as fronteiras que pareciam imutáveis nas áreas de medicina, transporte, comunicação e compartilhamento de conhecimentos. Elas são um motor de crescimento e riqueza. Entretanto, devido à **ciência** atualmente ser o legado de uma inteligência humana que tem pesquisado, explorado e inventado por séculos e milênios, **ela pertence à humanidade inteira, o que a torna um bem comum cujo fruto deve beneficiar a todas e todos**. *A Recommendation on Science and Scientific Researchers* (Recomendação sobre Ciência e Pesquisas Científicas), publicada em 2017 pela UNESCO, lembra os Estados e todos os atores envolvidos as condições que devem ser alcançadas para **que a ciência possa ser um fator de paz e de desenvolvimento sustentável, o que inclui garantir uma formação de excelência aos pesquisadores, permitir a livre circulação do conhecimento e encorajar a cooperação internacional**.[...]<sup>6</sup> (grifos nossos)

Dada essa diversidade de definições e entendimentos do que seja "ciência", levaremos em conta que se trata de compreender essas formulações como parte de um tipo de discurso - o discurso científico, cujo funcionamento se fundamenta como *constituente* (MAINGUENEAU, 2008a), isto é, uma espécie de discurso-fonte, que tem um regime próprio, baseado na sua pretensão de discurso-primeiro e que se textualiza como não tributário de nenhum outro, uma vez que o discurso científico é dado como fundador de realidades, muitas vezes postas como verdades absolutas.

Neste sentido, a revista *Pesquisa FAPESP* tomada como um objeto portador de discursos possui uma importância enorme nesse universo, pois ela é um órgão de

---

<sup>6</sup> Disponível em <[http://www.unesco.org/new/pt/brasil/ia/about-this-office/single-view/news/unesco\\_message\\_for\\_the\\_world\\_science\\_day\\_for\\_peace\\_and\\_devel-1/](http://www.unesco.org/new/pt/brasil/ia/about-this-office/single-view/news/unesco_message_for_the_world_science_day_for_peace_and_devel-1/)>. Acesso em: 14 mar. 2019.

divulgação ligado a uma fundação financiadora de pesquisa, a Fundação FAPESP, a terceira maior do país, segundo ranqueamento recentemente publicado pelo Jornal da USP na matéria: *Levantamento mostra quem financia a pesquisa no Brasil e na USP*<sup>7</sup>.

Ranking	Name	Web of Science Documents	% Documents in Q1 Journals	% Documents in Q2 Journals	% Documents in Q3 Journals	% Documents in Q4 Journals
1	National Council for Scientific and Technological Development (CNPq)	122967	39.58	28.92	19.58	11.92
2	CAPES	70048	38.74	29.21	19.53	12.52
3	Fundacao de Amparo a Pesquisa do Estado de Sao Paulo (FAPESP)	56667	43.2	29.26	17.76	9.78
4	Fundacao de Amparo a Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG)	15221	34.32	29.67	21.61	14.4
5	Fundacao Carlos Chagas Filho de Amparo a Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ)	13589	46.35	27.7	17.23	8.73
6	National Science Foundation (NSF)	6594	74.3	16.32	6.98	2.4
7	National Institutes of Health (NIH) - USA	5671	70.02	20.28	7.15	2.55
8	Ciencia Tecnologia e Inovacao (FINEP)	5526	47.7	27.46	16.18	8.65
9	Fundacao de Amparo a Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS)	4865	35.43	31.71	21.4	11.46
10	Portuguese Foundation for Science and Technology	3968	68.22	20.48	7.57	3.73
11	European Union (EU)	3674	73.07	18.82	5.98	2.13
12	German Research Foundation (DFG)	3306	82.64	12.95	3.47	0.94
13	National Natural Science Foundation of China	3002	84.73	10.72	3.54	1.01
14	United States Department of Energy (DOE)	2852	85.96	11.17	2.38	0.49
15	Fundacao Araucaria	2562	33.21	29.92	19.9	16.97
16	Science & Technology Facilities Council (STFC)	2393	91.3	7.91	0.73	0.05
17	Federal Ministry of Education & Research (BMBF)	2383	85.8	10.89	2.44	0.88
18	Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada (NSERC)	2119	72.62	17.91	7.42	2.05
19	Istituto Nazionale di Fisica Nucleare	1975	90.79	8.2	0.88	0.13
20	Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS)	1783	85.26	11.65	2.53	0.56

**Figura 4** Ranking de financiadores da pesquisa brasileira por número de documentos (2011-2018).  
Fonte: Jornal da USP, 2018.

Vale destacar sua relevância também por sua movimentação financeira, por se tratar de uma Fundação que mobiliza 1% da receita tributária acumulada no Estado de São Paulo por ano, em 2017, desembolsou R\$1,058 bilhão em apoio a 24.026 projetos de pesquisa no ano de 2017, segundo o *Relatório de atividades* divulgado na edição n. 270 de agosto de 2018 e estabelecido pelo Conselho Superior<sup>8</sup> :

<sup>7</sup> Disponível em: <jornal.usp.br/?p=182855>. Acesso em: 01 mar. 2019.

<sup>8</sup> Diário Oficial Poder Executivo-Seção I, com link disponível em Balanços da FAPESP. Disponível em: <http://www.fapesp.br/estatisticas/balancos/balanco\_publicado\_DOE\_31032017\_pg58.pdf> Acesso em: 23 out. 2017.

## CONSELHO SUPERIOR

---

### Comunicado

#### Relatório da Administração

A Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) é uma das principais agências de fomento à pesquisa científica e tecnológica do país. Sua atuação se dá por meio da concessão de auxílios a pesquisa e bolsas em todas as áreas do conhecimento e do financiamento de atividades de apoio à investigação, ao intercâmbio e à divulgação da ciência e da tecnologia em São Paulo. A seleção das propostas é feita com base em pareceres emitidos por especialistas e cientistas de instituições de pesquisa brasileiras ou estrangeiras, ou ainda de empresas, de forma objetiva e seguindo o critério de mérito. Essa metodologia de seleção (peer review) é adotada pelas principais agências de fomento do mundo.

A FAPESP destaca-se como indutora das pesquisas em áreas estratégicas para o Estado de São Paulo e para o país e, ao mesmo tempo, cruciais para o avanço da ciência. O fomento a projetos é feito nos programas especiais ou voltados para a inovação tecnológica, que concentram pesquisas com objetivos ambiciosos sobre temas mais recentes no cenário da pesquisa acadêmica internacional, como mudanças climáticas, biodiversidade, bioenergia e a aplicação da genômica ao estudo de doenças endêmicas.

Para realizar sua missão, a FAPESP conta com recursos assegurados pela Constituição Paulista, que lhe destina 1% da receita tributária do Estado de São Paulo (excluída a parcela de transferência aos Municípios), e cujo repasse tem sido historicamente cumprido pelo governo. A Fundação tem autonomia administrativa garantida pela Constituição Estadual.

#### Ingresso de Recursos

A FAPESP contabilizou ingresso de R\$ 1,058 bilhão originado do Tesouro do Estado. Os valores transferidos pelo Estado foram complementados com receitas próprias, num total de R\$ 79 milhões, com a revenda de títulos, no valor de R\$ 90 milhões e com o ingresso de R\$ 76 milhões originados de convênios com o Governo Federal.

Com as receitas próprias, foi possível a cobertura de parte dos investimentos em amparo à pesquisa (bolsas e auxílios) e da totalidade das despesas de capital e custeio institucional.

#### Evolução das Transferências do Estado

Os recursos transferidos aumentaram, em termos nominais, 1,2% de 2015 para 2016 e em 4,7% de 2014 para 2015, abaixo portanto da inflação, como reflexo da queda em termos reais da receita tributária do Estado de São Paulo.

**Figura 5** Reprodução de texto do Diário Oficial sobre a FAPESP.

Fonte: Diário Oficial, 2017.

Além dos altos recursos mobilizados para financiar pesquisa científica, a FAPESP também conta com veículos de divulgação científica online, em sua maioria, como:

- o site da Fundação FAPESP (<http://www.fapesp.br/>),
- a biblioteca virtual da FAPESP (<https://bv.fapesp.br/namidia/>),
- o boletim diário Agência FAPESP (<http://www.agencia.fapesp.br/inicial/>)<sup>9</sup>,

desmembrado nas redes:

---

<sup>9</sup> Informações das redes sociais coletadas em 28 dez. 2018.

- Facebook Agência FAPESP - 39.649 pessoas curtiram
- Twitter Agência FAPESP- 60,8 mil seguidores
- YouTube Agência FAPESP - 6.1 mil inscritos

Como podemos ver, além dos recursos online citados e seus desmembramentos por redes sociais, com um número elevado de seguidores, a Fundação ainda conta com outro meio de divulgação, a revista impressa – *Pesquisa FAPESP*, a qual também se dissemina por redes sociais e é divulgada no formato online:

- a revista *Pesquisa FAPESP*
- o site da revista *Pesquisa FAPESP* (<<http://revistapesquisa.fapesp.br/>>)<sup>10</sup>, desmembrados nas redes:

- Facebook *Pesquisa FAPESP* - 178.187 pessoas curtiram
- Twitter *Pesquisa FAPESP* - 77 mil seguidores
- YouTube *Pesquisa FAPESP* - 24.967 mil inscritos
- Instagram *Pesquisa FAPESP* - 16,9 mil seguidores

Posto isso, importa, para nós, sublinhar que, apesar do número de seguidores nas redes sociais e da disponibilidade de acesso aos sites, a Fundação ainda assim mantém a revista *Pesquisa FAPESP*, desde os anos 1990, no formato impresso, com o objetivo básico de “difundir e valorizar os resultados da produção científica e tecnológica brasileira”<sup>11</sup>, para divulgar informações sobre os bastidores da pesquisa que a própria Fundação financia, sobre as políticas realizadas na instituição, ou sobre as pesquisas científicas “brasileiras” no modo como a Fundação a considera. Neste sentido, é interessante observar, quase 20 anos depois do lançamento da revista em 1999, a recente tiragem da revista: houve um aumento significativo em relação ao número de exemplares produzidos, de 23.900 exemplares em maio de 2017 para 30.100 exemplares registrados atualmente (abril de 2019), conforme foi possível acompanhar através das atualizações da página *Quem somos* do site *Pesquisa FAPESP*<sup>12</sup>. Este aumento nos leva a crer que há uma circulação maior, logo, um alcance maior, isto é, em termos discursivos, aumentou a

---

<sup>10</sup> Informações das redes sociais coletadas em 28 de dezembro 2018.

<sup>11</sup> Conforme é dito pela própria redação da revista *Pesquisa FAPESP* na página *Quem Somos*. Disponível em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/quem-somos/>>. Acesso em: 01 mar. 2019.

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/quem-somos/>>. Acesso em: 01 mar. 2019.

comunidade discursiva que assim se constitui ao aumentar o número de sua produção ou, pelo menos, que a revista projeta – alcançar mais leitores.

Dada essa tiragem de 30 mil exemplares impressos em quase dois anos e o número de seguidores alcançados via redes sociais de acesso online que, somados, alcançam 200 mil seguidores, procuramos nos atentar à relação que existe entre esses meios de divulgação desmembrados da revista impressa *Pesquisa FAPESP*, uma vez que suas próprias edições impressas divulgavam peças publicitárias direcionadas ao site:



**Gostou da revista?**  
Agora, visite o nosso novo site:  
[revistapesquisa.fapesp.br](http://revistapesquisa.fapesp.br)

Conheça o novo site da Pesquisa FAPESP, com o mais completo e atualizado conteúdo sobre pesquisa em todas as áreas do conhecimento. Você vai se surpreender:

- ▶ Mais agilidade na hora de navegar
- ▶ Novo padrão gráfico, mais bonito, moderno e atraente
- ▶ 69 áreas relacionadas por ordem alfabética
- ▶ Conteúdos online exclusivos com textos, vídeos, fotos e podcasts, que o internauta pode ordenar de forma cronológica ou por conteúdo mais visto
- ▶ Todo o conteúdo aberto e gratuito, nas versões em português, inglês e espanhol
- ▶ Opção de folhear na tela a revista Pesquisa FAPESP impressa, com a possibilidade de ler todo o conteúdo em formato mais simplificado.

Trabalhamos o tempo todo para informar bem e superar as suas expectativas.  
Pesquisa FAPESP. Acima de tudo, informação.

**Pesquisa FAPESP**

Rua Joaquim Antunes, 727 – Pinheiros – São Paulo-SP CEP: 05415-012.  
Tel. (11) 3087-4210 – E-mail: cartas@fapesp.br

**Figura 6** Peça publicitária divulgando a reformulação do website da própria revista.  
Fonte: Revista FAPESP, n. 194, 2012.

Além disso, observamos que estes veículos se auto alimentam das mesmas informações – o que a revista impressa publica é antecipado pelo boletim diário e divulgado virtualmente no site da revista *Pesquisa FAPESP*. Assim como o boletim realiza divulgação científica, “Elevação do Rio Grande pode ter sido uma ilha vulcânica”,

constatamos a frequência de informações destinadas à Fundação, como “Pós-doutorado em Química Atmosférica com Bolsa da FAPESP”, “Pós-doutorado em Nutrição de Ruminantes com bolsa da FAPESP” e “Bolsistas da FAPESP vencem Prêmio Abeu 2018”.



**Figura 7** Print da primeira página do site *Pesquisa FAPESP* (dez. 2018).

Fonte: Website revista *Pesquisa FAPESP*, 2018.

O boletim Agência FAPESP se apresenta da seguinte forma:

um serviço da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), a Agência FAPESP é uma agência de notícias eletrônica, totalmente gratuita, que tem um site ([www.agencia.fapesp.br](http://www.agencia.fapesp.br)) e boletins diários distribuídos por e-mail a um público amplo e diversificado, formado por pesquisadores, dirigentes de órgãos de fomento, universidades e institutos de pesquisa do País, políticos, jornalistas e outros interessados em ciência e tecnologia. O site e os boletins contêm notícias, entrevistas e reportagens especiais sobre assuntos concernentes à política científica e tecnológica e à divulgação de resultados de pesquisas desenvolvidas no Brasil e no exterior.<sup>13</sup>

Procuramos acompanhar, a partir das reportagens publicadas no boletim diário antecipavam reportagens que poderiam aparecer na revista impressa e circular pelos outros meios de divulgação da informação. Contudo, não faremos, neste momento, uma análise da circulação desses objetos editoriais, mas consideramos esta ferramenta um meio de receber as informações, ou parte delas, antes que elas fossem publicadas no objeto editorial

<sup>13</sup> Disponível em: <<http://agencia.fapesp.br/quem-somos/1/>>. Acesso em: 06 mar. 2019.

impresso e de fato chegasse até nós através da revista *Pesquisa FAPESP*. Ademais, posto que a mesma é divulgada no formato online edição por edição, no site da revista *Pesquisa FAPESP*, fizemos uso deste meio para coleta de dados e para ter acesso às primeiras edições publicadas da década de 1990.

Além de levarmos em conta, portanto, os dispositivos de comunicação que desaguam as informações sobre a Fundação e sobre as pesquisas que financia, nos marcou o fato de que ela se mostrou "resiliente" no período de mais dificuldades econômicas em decorrência dos cortes sofridos pela comunidade científica:

A FAPESP investiu em 2016 um total de R\$ 1.137.355.628 em 24.685 projetos de pesquisa. O valor foi um pouco inferior ao desembolso de 2015, de R\$ 1.188.693.702 para 26.445 projetos então em andamento. Apesar da conjuntura adversa, fruto da diminuição das receitas tributárias estaduais resultante da crise econômica do país, foram contratados no ano 10.480 novos projetos – 4% mais do que em 2015 –, sendo 5.491 bolsas no Brasil, 1.162 bolsas no exterior e 3.827 auxílios à pesquisa.

“A Fundação foi capaz de manter seus compromissos e seu ritmo de atuação no financiamento da pesquisa, apesar dos problemas econômicos que o Brasil enfrentou em 2016”, afirma o presidente da FAPESP, o físico José Goldemberg.

O desempenho da Fundação no ano passado compõe o Relatório de Atividades 2016 da FAPESP, que será lançado no dia 15 de agosto e está disponível em [www.fapesp.br/publicacoes/relat2016.pdf](http://www.fapesp.br/publicacoes/relat2016.pdf), onde também estão sínteses anuais sobre as atividades da FAPESP desde 1962, ano em que começou a operar. O documento de 2016 é estampado com obras dos artistas de rua Gustavo e Otávio Pandolfo, conhecidos como OSGEMEOS – algumas delas também ilustram esta reportagem.

O crescimento da cooperação com o setor empresarial é um dos destaques positivos do relatório. O programa Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas (PIPE) teve o melhor ano desde a sua criação, em 1997: foram 228 novas propostas contratadas, ou mais de quatro por semana – quase uma por dia útil –, e investimentos de R\$ 55,5 milhões. Em 2015, 159 projetos foram contratados e o desembolso total do programa foi de R\$ 29,9 milhões.

O PIPE foi a primeira iniciativa de uma agência brasileira a oferecer recursos não reembolsáveis para pequenas e médias empresas desenvolverem inovações em fases iniciais. “É um programa que tem dado uma enorme contribuição ao desenvolvimento científico, tecnológico e econômico do Estado de São Paulo, estimulando a criação de empresas que prosperam e geram empregos e riqueza”, avalia Carlos Henrique de Brito Cruz, diretor científico da FAPESP.

A criação de Centros de Pesquisa em Engenharia em cooperação com empresas também recebeu impulso em 2016 com a implantação do Centro de Pesquisa Aplicada em Bem-Estar e Comportamento Humano, parceria da FAPESP com a Natura e as universidades de São Paulo (USP), Federal de São Paulo (Unifesp) e Mackenzie. Sediado na USP, o centro se dedica a estudos multidisciplinares sobre comportamento humano, em um investimento conjunto de R\$ 40 milhões em 10 anos. A

proposta é reunir conhecimento, metodologias e tecnologias em áreas como psicologia experimental e neurociência que criem indicadores de bem-estar da população brasileira e ajudem a criar produtos inovadores.<sup>14</sup>

Posto o conjunto de dispositivos de comunicação utilizados pela Fundação para divulgar suas atividades e pesquisas, o modo como estes se auto alimentam utilizando as mesmas notícias e os recursos mobilizados por ela para financiar pesquisas no Estado de São Paulo mesmo em tempos de cortes, presumimos que uma revista como essa, a qual participa da produção dos discursos sobre “ciência” por vezes e que predica a mesma como “brasileira”, gere e organiza sentidos, ou seja, discursiviza, num lugar de poder, sobre a “ciência”. E o modo como ela faz isso, como ela discursiviza é que nos importa. Para isso, nos propusemos a olhar para a superfície textual da revista *Pesquisa FAPESP* com base na teoria de *cenários da enunciação* (MAINGUENEAU, 2008a), considerando que, de suas cenografias emergem o funcionamento e os sentidos do discurso *FAPESP* instaurado na revista, ou seja, trata-se de verificar como a revista *Pesquisa FAPESP* textualiza um certo discurso sobre “ciência”. Como essa textualização vai gerindo, administrando a produção dos sentidos numa dada direção e, visto que a revista tem esse poder, pois aponta para uma importante instituição de fomento, a Fundação FAPESP, que, ao mesmo tempo legitima publicação e é por ela legitimada, entendemos que a direção que ela propõe pauta, em boa medida, o que se vai entender por “ciência” na comunidade em que a revista circula.

Visitando a página *Quem somos* do site (<[revistapesquisa.fapesp.br/quem-somos/](http://revistapesquisa.fapesp.br/quem-somos/)>), buscamos informações que nos permitiram analisar o modo como a própria revista se apresenta, visando compreender seus objetivos declarados:

Nossa missão é noticiar e discutir, de forma precisa, equilibrada e acessível, os resultados obtidos em ciência e tecnologia no Brasil, em todos os campos do conhecimento e que se destaquem por seu impacto intelectual, social ou econômico.<sup>15</sup>

A produção editorial da revista *Pesquisa FAPESP* apresenta-se assumindo, no primeiro parágrafo da página *Quem Somos*, importantes compromissos com seus leitores. Neste sentido, referimo-nos à escala com que se almeja alcançar – “resultados obtidos em

---

<sup>14</sup> Esse excerto foi retirado do site <<http://revistapesquisa.fapesp.br/2017/08/18/resiliencia-na-crise/>> - Site revista *Pesquisa FAPESP* em 2 dez. 2018, mas também foi localizado no site Agência FAPESP <<http://agencia.fapesp.br/resiliencia-na-crise/25889/>>. Acesso em: 2 dez. 2018, e divulgado na edição n. XX publicada em XXX da revista *Pesquisa FAPESP*.

<sup>15</sup> Disponível em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/quem-somos/>>. Acesso em: 9 out. 2018.

ciência e tecnologia **no Brasil**”; o modo como a divulgação científica se propõe a fazer isso – “de forma precisa, equilibrada e acessível”. Essa imagem de “precisa, equilibrada” está ligada à figura corrente do cientista, que consiste no equilíbrio e na precisão da atividade de laboratório. Mas, de fato, “acessível” para quem? E em quais campos do conhecimento? – “em todos os campos do conhecimento”, uma amplitude que tem um critério seletivo: “que se destaquem por seu impacto intelectual, social ou econômico”, sobre o qual resta saber como é medido.

Dessa forma, a revista tem como foco divulgar os resultados do trabalho científicos assumindo, uma escala de cobertura nacional, sendo o Brasil um país com que possui 2.407 instituições de ensino superior (IES), com cerca de 34.366 cursos de graduação ofertados, para 8.052.254 estudantes matriculados, conforme dados do Censo da Educação Superior divulgados pelo Ministério da Educação (MEC) e pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), em 31 de agosto de 2017, o último censo publicado. Além de ser o 13º país com maior número de trabalhos publicados<sup>16</sup>, ao atingir a marca de 60 mil publicações e a 23ª posição no ranking global de qualidade científica<sup>17</sup>. Além desses números, segundo o levantamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (Capes/MEC), “o Brasil tem 122.295 estudantes de pós-graduação, dos quais 76.323 são de mestrado acadêmico, 4.008 de mestrado profissional e 41.964 de doutorado”<sup>18</sup> e a Scimago Journal & Country Rank, instituição de classificação científica, afirma que quase 670 mil trabalhos foram publicados no Brasil durante o período de 1996 a 2010.

Pareceu-nos de interesse, então, nesse objeto editorial, o recorte que atribui a “produção científica” a predicação “brasileira” em “O objetivo básico da publicação é difundir e valorizar os resultados da produção científica e tecnológica brasileira, da qual FAPESP é uma das mais importantes agências de fomento.”<sup>19</sup> pois é importante salientar que, apesar de a Fundação produzir meios de divulgação como revista *Pesquisa FAPESP*, com o intuito de realizar uma divulgação científica brasileira, a própria Fundação só

---

<sup>16</sup> Relatório AJE de Publicações Acadêmicas: Brasil. American Journal Experts (AJE) [Internet]. 2016. 2 p. Disponível em: <<https://www.aje.com/br/arc/dist/docs/Brazil-scholarly-publishing-report-2016-translated.pdf>>.

<sup>17</sup> Nature Index. Disponível em: <<https://www.natureindex.com/annual-tables/2018/country/all>>. Acesso em: 1 mar. 2019.

<sup>18</sup> Portal do MEC. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/pos-graduacao/180-estudantes-108009469/pos-graduacao-500454045/2583-sp-2021081601>. Acesso em: 05 jun.2019.

<sup>19</sup> Excerto retirado da página Quem Somos no site da revista *Pesquisa FAPESP*, divulgado em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/quem-somos/>>. Acesso em: 5 out. 2017.

realiza apoio a pesquisas que envolvam pesquisadores alocados no estado de São Paulo. Posto isso, sublinhamos a importância da *formalização material* (FLUSSER, 2007) na delimitação do *cópus* desta pesquisa pois, segundo nossa perspectiva de trabalho, ela é parte inextricável dos sentidos produzidos<sup>20</sup> o que nos auxiliará na compreensão, da Fundação FAPESP, sobretudo, compreender como essa fundação constrói uma certa imagem do que é ciência atualmente, pois suas publicações na revista que patrocina e seus modos de remissão a outros dispositivos comunicacionais e formas de fomento à produção científica produzem uma noção de "ciência" .

Trata-se, portanto, de estudar a revista *Pesquisa FAPESP* entendendo-a como um dispositivo comunicacional produtor de discursos sobre “ciência” que carrega consigo a predicação “brasileira”, na medida em que se pretende divulgadora da produção científica nacional, o que nos permite compreendê-la como dispositivo irrigador de valores comunicacionais e científicos.

Assim, com base nos objetivos propostos pela própria revista de ser a “...única publicação jornalística do país especializada no segmento de ciência e tecnologia que tem por foco primordial a produção científica nacional,” e considerando o modo como a Fundação se representa em certos dispositivos de divulgação, como: os sites (Agência FAPESP, revista *Pesquisa FAPESP*, Biblioteca Virtual FAPESP), as redes sociais (Youtube, Twitter, Instagram e Facebook) e a revista impressa *Pesquisa FAPESP*, que possui uma tiragem de 30 mil exemplares, procuramos entender como este objeto editorial consegue cobrir a produção científica em escala nacional, através de uma perspectiva discursiva, analisando o modo como o discurso acerca de “ciência” vai sendo construído.

Para isto, o trabalho se dividirá em três capítulos. Com base no quadro de estudos da análise do discurso de linha francesa, apresentamos, no **Capítulo I**, o objeto editorial revista *Pesquisa FAPESP* é abordado por meio dos trabalhos de Maingueneau sobre *cenários da enunciação* somados aos estudos midiológicos<sup>21</sup> de Régis Debray com a noção de *mídiun*, a qual se traduz, em síntese, como um *vetor de sensibilidade* que dá sustentação a uma *matriz de sociabilidade*, neste caso, a Fundação FAPESP.

---

<sup>20</sup> “No caso dos objetos editoriais, que são objetos técnicos característicos da produção da cultura – nas sociedades ocidentais sobretudo, crescentemente nas ocidentalizadas, e enfim em todo o planeta no período técnico-científico informacional –, esse valor releva de uma rede de interações entre sujeitos e objetos que estão sempre apontando para a relação entre sujeitos (e objetos... sucessivamente)” (SALGADO, 2016, p. 213).

<sup>21</sup> Não se trata aqui de Midiologia referindo-se aos estudos das mídias conforme é traduzido no Brasil, mas de Mediologia (DEBRAY, 1991), no que tange aos estudos das mediações, portanto dos *mídiuns*, conforme se entenderá o objeto editorial em tela.

No **Capítulo II**, apresentamos o percurso metodológico construído com o intuito de esclarecer o modo objetivo de seleção do material que conduzirá nossa análise, justificando a importância de analisar este *vetor de sensibilidade* que textualiza um certo discurso sobre “ciência”, a partir dos sentidos que deste objeto nos levam à sua matriz, uma importante fundação de fomento à pesquisa, a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

O **Capítulo III** consiste em apresentar as análises, que segmentamos em três tipos de materiais distintos: 1. Publicidades; 2. Marginalia Científica e 3. Gestão FAPESP. O primeiro visa analisar dois tipos de peças publicitárias da revista divulgadas nela mesma, para assinantes e para leitores. No segundo, analisamos alguns pontos que estão à margem da divulgação científica realizada na revista, como é o caso das *humanidades*. E no terceiro, analisamos materiais que divulgam informações referentes à Fundação, no tocante à prestação de contas da Fundação divulgada na revista através dos *Relatórios de Atividades FAPESP*, principalmente. Buscando, nesses três elementos analisados, descrever as cenografias mais recorrentes encontradas na revista a fim de identificar quais elementos cenográficos constroem o entendimento de “ciência” divulgado na revista *Pesquisa FAPESP*.

Em resumo, consideramos este caminho como um percurso relevante para identificar quais cenografias constroem a “ciência” divulgada na revista *Pesquisa FAPESP*, que para uma analista do discurso consiste em descrever e interpretar cada uma das rugosidades identificadas no caminho.

## CAPÍTULO I – TEÓRICO

---

Com vista a apresentar o aparato teórico utilizado em nossa pesquisa, iniciamos este capítulo apresentando a revista *Pesquisa FAPESP* a fim de descrevê-la a partir das noções de *cenários da enunciação* (Maingueneau, 2008a) e *mídiun* (Debray, 2000), de modo que as mesmas nos possibilitem compreender o funcionamento deste objeto editorial – a revista *Pesquisa FAPESP* – e assim investigar os sentidos nele produzidos acerca de “ciência”.

Para analisar a textualização desse objeto editorial a partir dessa perspectiva, portanto, foi preciso compreendê-lo em sua formação, seus princípios e objetivos. Dessa forma, apresentaremos neste capítulo o material com que estamos lidando, em seu histórico e sua formação, no modo como a revista *Pesquisa FAPESP* se liga com sua editora, a Fundação FAPESP, e, sobretudo, os aspectos da discursivização realizada acerca de “ciência” que essa fundação patrocina e dissemina.

### 1.1 A REVISTA *PESQUISA FAPESP* COMO UM VETOR DE SENSIBILIDADE

Considerar a revista como *mídiun* Debray (1995), é um fundamento que assumimos de partida: trata-se de entender esse objeto editorial como um *vetor de sensibilidade* e admitir, com isso, que os sentidos construídos discursivamente têm uma dimensão inscricional, a qual remete a uma matriz que lhe dá sustentação, A Fundação Fapesp e, mais amplamente, a própria comunicação científica, que da circulação da revista se nutrem. São *matrizes de sociabilidade* que afiançam e, ao mesmo tempo, se sustentam, no modo como a revista vai sensibilizando certos públicos numa certa direção de entendimento, no caso em estudo, do que é "ciência". Do mesmo modo como a seiva se distribui na planta, o vetor de sensibilidade faz caminhos que alimentam essas instituições. Dessa forma, iniciamos apresentando parte da trajetória da revista desde seu surgimento, quando ainda era um informativo de 4 páginas até se tornar o que ela é hoje – uma revista de divulgação científica, publicada mensalmente, com cerca de 98 páginas, e que se apresenta, conforme disposto na aba *Quem somos* do site da revista *Pesquisa FAPESP*, como uma revista que se pretende divulgadora dos resultados da “produção científica e tecnológica brasileira”, e mais:

**Nossa missão é noticiar e discutir, de forma precisa, equilibrada e acessível, os resultados obtidos em ciência e tecnologia no Brasil, em todos os campos do conhecimento e que se destaquem por seu impacto intelectual, social ou econômico.**

Editada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), a revista *Pesquisa FAPESP* foi lançada em outubro de 1999. O objetivo básico da publicação é difundir e valorizar os resultados da produção científica e tecnológica brasileira, da qual a FAPESP é uma das mais importantes agências de fomento.

Trata-se da **única publicação jornalística do país especializada no segmento de ciência e tecnologia** que tem por foco primordial a produção científica nacional, apesar de cobrir pontualmente as novidades internacionais. Por isso, a revista funciona como um polo de contato e reconhecimento contínuo dos pesquisadores brasileiros e como referência indispensável para as editorias de ciência e tecnologia dos veículos de comunicação nacionais.

*Pesquisa FAPESP* tem atualmente uma tiragem de 30.100 exemplares e é resultado da evolução editorial do informativo Notícias FAPESP. Lançado em agosto de 1995, o informativo começou com uma distribuição gratuita para os pesquisadores paulistas, gestores da política nacional de ciência e tecnologia e jornalistas. Quatro anos mais tarde virou revista.

Desde março de 2002, além de ser enviada para uma seleta carteira de assinantes subsidiados composta de pesquisadores, *Pesquisa FAPESP* conta com assinaturas pagas, recebe publicidade e é comercializada em bancas de jornais no estado de São Paulo e nas principais cidades brasileiras (grifo nosso).<sup>22</sup>

Como visto, a revista foi lançada em agosto de 1995 nos padrões de um informativo. Com cerca de 4 páginas, o informativo era distribuído para “pesquisadores paulistas, gestores da política nacional de ciência e tecnologia e jornalistas” gratuitamente. Segundo Fossey (2006), no início do informativo:

Da edição 1 (ago/1995) à edição 5 (jan/1995), a revista era centrada basicamente em assuntos internos à instituição Fapesp. Era composta por duas seções, Notas e Política, e os temas tratados eram sempre vinculados à Fapesp enquanto órgão de fomento à pesquisa. Por exemplo, na Edição 1, de agosto de 1995, na seção Notas, temos os seguintes assuntos abordados: *Novos postos de apoio*, *Cresce número de auxílios*, *Nomeado novo vice-presidente da Fapesp* e *Projetos Temáticos*. Podemos observar que todos eles tratam de assuntos exclusivamente ligados à Fundação e que são, desta forma, de interesse apenas daqueles que possuem algum vínculo com a Fapesp. Já na seção Política, temos: *Benefícios alterados*, *Inscrições contínuas*, *Novo programa de apoio incentiva centros emergentes*, *Mais velocidade para rede ANPS*, *Mais recursos para infraestrutura* e *Projetos e valores aprovados e já contratados*. Mais uma

---

<sup>22</sup> Disponível em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/quem-somos/>>. Acesso em: 18 out. 2018.

vez, os temas tratados derivam exclusivamente de assuntos institucionais. [...] A revista nasce, assim, não como uma publicação voltada para o grande público, mas sim como um boletim que informa assuntos internos à instituição e que, portanto, tinha como público-alvo potencial um grupo envolvido, direta ou indiretamente, com a Fapesp (FOSSEY, 2006, p. 29).

Ao todo, foram 46 informativos lançados como *Notícias FAPESP*, os quais apresentavam à comunidade interessada notícias sobre a própria instituição FAPESP, como: balanços gerais de bolsas financiadas, divulgação dos projetos e programas criados, investimentos realizados, resultados dos investimentos realizados em programas, patentes criadas, projetos para ciência e tecnologia no estado de São Paulo, apoios, assim como parcerias realizadas entre as universidades e as empresas. Contudo, mostravam-se como um objeto em processo de criação, pois as seções não eram fixas: ora apresentava algumas seções, ora as omitia. O primeiro índice, inclusive, só foi inserido em outubro de 1999 na edição n. 47, quando o informativo passou a ser revista *Pesquisa FAPESP*; até então, a ordem de alguns elementos mudava de edição para edição como podemos ver em seguida:

A partir da Edição 6, começam a surgir outros temas para as reportagens, além daqueles relativos ao funcionamento da instituição. Novas seções vão sendo “inauguradas”: Ciência (edição 6), Tecnologia (edição 7), Humanidades (edição 14) e Opinião (edição 18). O Editorial surge apenas na edição 22, em julho/1997 e Cartas (dos leitores), na edição 43, em junho/1999. O formato “boletim” vai sendo aos poucos deixado de lado, para dar espaço a reportagens que relatam resultados de pesquisas. Cada vez mais a revista vai se delineando como uma publicação de divulgação científica – mas, como veremos mais tarde, esse traço que, desde o seu princípio a caracteriza como uma publicação voltada para quem está ligado às atividades de pesquisa, continuará bastante presente, embora de uma forma mais diluída. Ainda assim, até a edição 11, muitas vezes a revista era composta apenas pelas seções Notas e Política, ou algumas vezes, só Política, abordando apenas assuntos institucionais. Da edição 12 em diante, a revista foi dando cada vez mais espaço à divulgação de resultados de pesquisas, isto é, foi reservando espaço para reportagens sobre a prática dos cientistas, mostrando que se tratava de uma publicação que tem mais a oferecer do que apenas comentários sobre assuntos relacionados às políticas públicas de apoio à pesquisa da Fapesp. Passa-se a relatar, efetivamente, resultados de pesquisas, ainda que boa parte delas, até as edições atuais, sejam financiadas pela Fapesp (FOSSEY, 2006, p. 30).

Quatro anos depois do lançamento, em outubro de 1999, a partir da edição n. 47, o informativo *Notícias FAPESP* se transformou na revista *Pesquisa FAPESP*, a qual

apresentou-se publicamente com o editorial – *O nascimento de uma revista – Informativo alcança maturidade e transforma-se:*

*Notícias FAPESP* transforma-se, a partir desta edição, na revista *Pesquisa FAPESP*. O fato marca, primeiro, um novo e importante passo na relação que esta **Fundação vem se empenhando em construir com a opinião pública paulista – relação de respeito e de reconhecimento a seu direito de ser informada sobre o destino dos recursos públicos investidos em ciência e tecnologia neste Estado**; ao direito de ser também informada sobre o significado das pesquisas financiadas pela FAPESP para a construção do conhecimento, a melhoria da qualidade de vida das pessoas, o aprimoramento da sociedade ou o desenvolvimento econômico deste país. Sim, a pesquisa científica e tecnológica tem em seu horizonte esses múltiplos alvos.

O surgimento da revista assinala, também, uma possibilidade de **apresentação sistemática da pesquisa feita em São Paulo a todo o país, ampliando os canais de diálogo inter-regional e entre instituições, que podem representar contribuição importante ao desenvolvimento científico e tecnológico nacional**. Desse diálogo faz parte, naturalmente, a abertura gradativa da revista a informações sobre a pesquisa feita em outros Estados, com objetivos similares ou complementares aos de projetos desenvolvidos em São Paulo.

Entendemos que *Pesquisa FAPESP* tem um vasto potencial para aproximar mais o mundo da pesquisa da opinião pública paulista, e mesmo nacional, porque está vocacionada para ser uma publicação de referência para a mídia. [...]

A par desse papel, **acreditamos que *Pesquisa FAPESP* terá significado especial para a comunidade científica nacional**. Os pedidos de pesquisadores dos quatro cantos do país para receber o informativo de que ela se origina registraram crescimento notável nos últimos meses, e desconfiamos que, com a revista, a tendência deve crescer. Assim, **se cerca de 15 mil pesquisadores paulistas constituíam o público predominante dos 22 mil exemplares do *Notícias FAPESP*, essa proporção logo poderá estar superada**. [...] (grifos nossos) (Revista FAPESP, 1999, n. 47, p. 5).

Segundo a própria revista *Pesquisa FAPESP*, ela mesma procura divulgar as pesquisas e seus resultados produzidos em São Paulo à comunidade universitária paulista e nacional ampliando “os canais de diálogo inter-regional e entre instituições”, informar o destino dos recursos públicos investidos em ciência e tecnologia de São Paulo, distribuídos pela FAPESP à comunidade científica, e sobretudo, alcançar um número maior de leitores.

Além de levarmos em conta tratar a circulação desse objeto a partir do número de exemplares da revista que aumentaram, também observamos outros aspectos como o valor em que a revista é comercializada e onde é vendida. Como vimos, a revista é “comercializada em bancas de jornais no estado de São Paulo e nas principais cidades

brasileiras” por aproximadamente R\$10 reais (valores de março/2019), apesar de as “principais cidades brasileiras” não serem especificadas na página *Quem somos*. Ela segue sendo enviada para pesquisadores vinculados à instituição por meio de auxílios e a assinantes em geral o que de um modo geral resume-se em uma “seleta carteira de assinantes” pela própria revista; enquanto o boletim *Agência FAPESP* de divulgação gratuita é enviado por e-mail diariamente a “um público amplo e diversificado, formado por pesquisadores, dirigentes de órgãos de fomento, universidades e institutos de pesquisa do País, políticos, jornalistas e outros interessados em ciência e tecnologia”<sup>23</sup>, mais especificamente, a qualquer pessoa que realizar o cadastro pelo site *Agência FAPESP* (<http://www.agencia.fapesp.br/inicial/>), com o propósito de divulgar diversos conteúdos além de uma prévia do que será publicado na edição impressa do mês seguinte.

Somado a esses meios de circulação da revista impressa e do boletim online diário, a revista impressa também conta com o site *Pesquisa FAPESP*, onde todas as edições publicadas desde o primeiro informativo lançado em agosto de 1995 estão disponíveis de forma aberta e gratuita, traduzidas para o inglês e o espanhol, além de apresentar especificamente “notícias sobre ciência e tecnologia especialmente produzidas para o meio digital. O site ainda publica vídeos e galerias de fotos, complementares ou não ao conteúdo da edição impressa”,<sup>24</sup> permitindo, inclusive, que o leitor acesse os artigos separadamente através das abas dispostas no menu principal. Recentemente, em junho de 2018, o site ganhou um novo formato e foi divulgado pela *Agência FAPESP*:

A revista **Pesquisa FAPESP** está de cara nova na internet. O novo site tem aparência mais leve e navegação facilitada entre textos, imagens e produção audiovisual. **O conteúdo, que cobre resultados de pesquisas em todas as áreas do conhecimento, além de política científica e tecnológica e aspectos éticos, entre outros temas, continua disponível integral e gratuitamente.**

Além de reproduzir todo o conteúdo desenvolvido inicialmente para a revista mensal impressa, o site oferece conteúdo exclusivo, como outras notícias, vídeos, podcasts e galerias de imagens. **Todo o arquivo da revista, com mais de 20 anos desde quando se chamava *Notícias FAPESP*, está aberto para consulta. É um rico acervo sobre a produção científica brasileira, que ao longo dos anos se ampliou para abarcar pesquisas feitas no país inteiro e por brasileiros no exterior, sem deixar de lado o contexto internacional.** As reportagens que compõem o arquivo da revista estão **traduzidas para inglês e espanhol.**

---

<sup>23</sup> Informações disponíveis: <<http://agencia.fapesp.br/quem-somos/1/>>. Acesso em: 21 out. 2018.

<sup>24</sup> Informações disponíveis: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/quem-somos/>>. Acesso em: 23 out. 2018.

A página de entrada do site é organizada em blocos que agrupam diferentes tipos de conteúdo – reportagens em destaque, edições impressas, vídeos, podcasts e galerias de imagens. Basta rolar a página para encontrar. Graças ao design responsivo, **o conteúdo passa a ter visualização mais confortável** em dispositivos móveis, veículos para cerca de metade do tráfego.

As imagens são mais valorizadas, aumentando o equilíbrio entre o conteúdo visual e narrado. **Nas reportagens, o conteúdo está mais integrado: texto, imagens, vídeo, entrevistas em áudio.**

**Um objetivo central, muito mais do que modificar a aparência, é reduzir a separação entre o conteúdo on-line e aquele publicado na edição mensal impressa**, que até agora era publicada em bloco no site de maneira concomitante com a distribuição da revista.

As reportagens vão ao ar gradualmente, de maneira a diariamente haver conteúdo novo no site. **Textos produzidos inicialmente para a edição on-line poderão ganhar espaço na edição mensal, invertendo a lógica que tratava o impresso como primordial.** Por trás desse pensamento está a certeza de que **Pesquisa FAPESP** é uma publicação única, com conteúdo tanto digital como impresso.

Para receber os principais destaques de **Pesquisa FAPESP** por e-mail, **é possível assinar o boletim gratuito, enviado três vezes por semana, por meio de um botão destacado no alto da página inicial.** A revista também pode ser seguida nas principais mídias sociais: **PesquisaFAPESP (Facebook e Twitter), Pesquisa Fapesp (Youtube) e pesquisa\_fapesp (Instagram).** Na plataforma issuu é possível folhear todas as edições como se fosse a revista física, assim como receber alertas de novas publicações e guardar para leitura sem conexão de internet (grifos nossos).<sup>25</sup>

Posto que a revista pretende-se um meio de divulgação e referência nacional e visa mostrar a direção com que seguem os investimentos da Fundação, divulgar as pesquisas e os resultados obtidos no estado de São Paulo, mais precisamente, das pesquisas apoiadas pela Fundação, do crescente número com relação à tiragem de exemplares produzidos e diante de suas formas de distribuição – impresso e online – mensal e diário, há que considerar o propósito declarado da produção editorial de fazer com este objeto tenha ampla circulação, nacional e internacional (“traduzidas para o inglês e espanhol”). Importa registrar, diante do que apresentamos, que toda informação aqui apresentada é proveniente de informações divulgadas por ela própria revista, mostrando com isso, o que ela diz circular e não dados de outras fontes sobre o quanto ela circula, o quanto vende, quais as “principais cidades” em que é vendida, mapeamento dos assinantes...

Sendo assim, acreditamos, de acordo com a noção de *ethos discursivo* desenvolvida por Maingueneau (2008b) e conforme pesquisa de Fossey (2006), que esse tipo de

---

<sup>25</sup> Informações disponíveis em <[http://agencia.fapesp.br/revista\\_pesquisa\\_fapesp\\_lanca\\_novo\\_site/28034/](http://agencia.fapesp.br/revista_pesquisa_fapesp_lanca_novo_site/28034/)>. Acesso em: 8 jun. 2018.

informação reflete a imagem que a revista projeta de si mesma, uma vez que se trata de considerar um certo caráter e uma certa corporalidade que são evocados na construção da imagem do enunciador, e, portanto, no modo como concebe seu interlocutor, com quem partilha um dado mundo ético. Trata-se de um modo de dizer que remete à construção de identidade do ser (uma maneira de ser), e é por meio da própria enunciação que o locutor deve validá-la (MAINGUENEAU, 2005).

É por isso, que este trabalho se inscreve no coletivo de pesquisa Comunica – inscrições linguísticas na comunicação, que tem procurado pensar a produção dos sentidos na relação do material linguístico com os meios e os materiais em que se inscrevem (SALGADO, 2016), incluindo, seus *fluxos de circulação* (DEBRAY, 1995). A produção desses materiais nos permite balizar o sistema institucional ao qual pertencem, pois

O discurso não deve ser pensado somente como um conjunto de textos, mas como uma prática discursiva. O sistema de restrições semânticas, para além do enunciado e da enunciação, permite tornar esses textos comensuráveis com a “rede institucional” de um “grupo”, aquele que a enunciação discursiva ao mesmo tempo supõe e torna possível (MAINGUENEAU, 2008b, p. 22).

Esse sistema de restrições permite, assim, pensar as relações estabelecidas aqui entre *prática discursiva* e delimitar um *espaço discursivo* depreensível desse objeto editorial e contribuir, com isso, para o esclarecimento do modo como está em jogo a definição de “ciência”, vista como uma prática cujas coerções constitutivas implicam ser produzidas por uma das maiores agências de fomento do Brasil<sup>26</sup> nos seguintes termos:

Para realizar sua missão, a FAPESP conta com recursos assegurados pela Constituição Paulista, que lhe destina **1% da receita tributária do Estado de São Paulo** (excluída a parcela de transferência aos Municípios), e cujo repasse tem sido historicamente cumprido pelo governo. A Fundação tem **autonomia administrativa** garantida pela Constituição Estadual.

#### Ingresso de Recursos

A FAPESP contabilizou [em 2016] ingresso de **R\$ 1,058 bilhão** originado do Tesouro do Estado. Os valores transferidos pelo Estado foram complementados com receitas próprias, num total de R\$ 79 milhões, com a venda de títulos, no valor de R\$ 90 milhões e com o ingresso de **R\$ 76 milhões** originados de convênios com o Governo Federal. Com as receitas próprias, foi possível a cobertura de parte dos

---

<sup>26</sup> Diário Oficial Poder Executivo-Seção I, com link disponível em Balanços da FAPESP. Disponível em: <[http://www.fapesp.br/estatisticas/balancos/balanco\\_publicado\\_DOE\\_31032017\\_pg58.pdf](http://www.fapesp.br/estatisticas/balancos/balanco_publicado_DOE_31032017_pg58.pdf)> Acesso em: 23 out. 2017.

investimentos em amparo à pesquisa (bolsas e auxílios) e da totalidade das despesas de capital e custeio institucional.<sup>27</sup> (grifos nossos)

Isso que é assegurado pela “Constituição Paulista” procura atender a determinados parâmetros definidores do que seja “ciência”, ou seja, aquilo em que, conforme sua “missão, investe. Vemos aí a força de uma institucionalização sobre a produção de sentidos em circulação.

Para analisar os sentidos produzidos na textualização que decorre do trabalho dessa instituição, vamos operar com a noção de cenas da enunciação:

a **cena englobante** corresponde ao tipo de discurso (literário, religioso, filosófico...). A **cena genérica** é a do contrato associado a um gênero, a uma “instituição discursiva”: o editorial, o sermão, o guia turístico, a visita médica... Quanto à **cenografia**, [...] ela é construída pelo próprio texto: um sermão pode ser enunciado por meio de uma cenografia professoral, profética etc. (MAINGUENEAU, 2005, p. 75, grifos nossos).

Dessa forma, consideramos que a cena englobante é o discurso científico, que “encarna” nesse dispositivo comunicacional, no qual as cenas genéricas (editorial, reportagem, relato, anúncio publicitário etc.) visam à divulgação do que se designa por “ciência”, assumindo cenografias das quais emerge um *ethos*. Por isso entendemos que a descrição cenográfica é a tarefa principal desta pesquisa, pois se trata da superfície textual na qual o regime discursivo faz funcionar valores e poderes.

Nessa perspectiva, podemos considerar, como exemplo, a reportagem que foi retirada da edição n. 76, publicada em junho de 2002, na comemoração dos 30 anos do momento em que o primeiro computador brasileiro seria testado. Preenchendo a seção *Memória*, a reportagem é composta por cinco imagens dedicadas a ilustrar o acontecimento e chama a atenção a imagem destacada, que traz a seguinte legenda – *Bispo benze a máquina, com o governador Laudo Natel ao lado (esq.) e o Reitor Miguel Reali ao fundo: fotógrafo quase estraga a festa.*

---

<sup>27</sup> Diário Oficial Poder Executivo-Seção I, com link em Balanços da FAPESP. Disponível em: <[http://www.fapesp.br/estatisticas/balancos/balanco\\_publicado\\_DOE\\_31032017\\_pg58.pdf](http://www.fapesp.br/estatisticas/balancos/balanco_publicado_DOE_31032017_pg58.pdf)> Acesso em: 23 out. 2017.



**Figura 8** Reprodução da seção *Memória* retirada da edição n. 76 (jun. 2002).  
 Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*, 2002, n. 76.

A cena registrada pela figura em destaque é emblemática das escolhas realizadas em uma produção editorial a qual faz do objeto um divulgador de sentidos, pois ao selecionar determinadas figuras para preencher sua notícia e não outras em comemoração aos 30 anos de um marco histórico sobre o primeiro microcomputador produzido no país, e principalmente, dar destaque à imagem do Bispo benzendo a máquina, faz dela uma reportagem única que mobiliza tanto o caráter científico quanto o religioso sob o ato performático do “batizado” entre o científico e o religioso, contudo, procurou-se colocar em relevo o ritual que houve na ocasião e não o marco técnico sobre o fato de se ter produzido o primeiro microcomputador brasileiro:

Em torno de uma caixa metálica de 1 metro de comprimento por 1 metro de altura e 80 centímetros de largura, pesando 100 quilos, reuniram-se o bispo, o governador e o reitor. Era julho de 1972 e **todos estavam ansiosos** para ver funcionar o primeiro minicomputador brasileiro, apelidado de **Patinho Feio**, uma máquina que representou uma vitória importante para os pesquisadores da Universidade de São Paulo (USP). Quando o então governador de São Paulo Laudo Natel foi apertar o botão para ligar o equipamento, um fotógrafo **mais afoito** tropeçou em um fio e o desconectou da tomada.

O acidente descarregou a memória e não houve a esperada demonstração – ligado, o computador iria realizar uma série de funções simultaneamente, acionando várias máquinas ao seu redor. **Restou** ao bispo d. Ernesto de Paula, que representava a Igreja de São Paulo em algumas solenidades, **abençoar a máquina**. Os autores do computador,

no entanto, pouco se frustraram com o malogro da experiência... (Revista *Pesquisa FAPESP*, 2002, n. 76).

A demonstração, devido a um incidente banal, não pôde ser realizada, assim, aquilo que é entendido como “uma vitória” de “pesquisadores da USP”, e não, por exemplo, como um avanço da pesquisa desenvolvida na universidade, passa por um rito religioso – a bênção do Bispo: essa é a autoridade convocada para abençoar (validar) o resultado científico que nem sequer pôde ser compreendido na ocasião. A reportagem não problematiza esse rito de validação, remonta ao acontecimento mostrando de que modo se salvou a cerimônia sob um tom descritivo e distante do formal, conforme nossos grifos podem mostrar em “todos estavam ansiosos”, “mais afoito”... Documenta, nesses termos, a “ciência brasileira” com a potência de um *mídiu*m. Neste sentido, devemos entender a revista *Pesquisa FAPESP*,

[...] na esteira da semiologia dos objetos e, portanto, que todos os dispositivos comunicacionais podem ser referidos como objetos técnicos. Um objeto técnico, portanto, é a formalização material do *mídiu*m, a inscrição material dos textos, e sua lógica aponta para as formas de circulação que suscita, viabiliza ou mesmo requer, portanto, as formas de transmissão dos discursos (CHIEREGATTI, 2018, p. 55).

Afinal, “a transmissão do texto não vem depois de sua produção; a maneira como o texto se institui materialmente é parte integrante do seu sentido” (MAINGUENEAU, 2006, p. 212), do que entendemos que o objeto técnico produz sentidos conforme as cenografias que vivifica. Nos termos de Maingueneau (2008b), trata-se de considerar que:

A noção de “inscrição” implica necessariamente uma referência à dimensão midiológica [*mediológica*, em outras traduções] dos enunciados, para retomar um termo de R. Debray, ou seja, às modalidades de suporte e de transporte dos enunciados. Um posicionamento não se define então somente por “conteúdos”. Entre o caráter oral da epopeia, seus modos de organização textual e seus conteúdos, existe uma relação essencial; da mesma forma, entre a mídia televisiva e os “conteúdos” que aí podem estar investidos. O “suporte” não é um suporte, ele não é exterior ao que supostamente “veicula”. [...] trata-se de superar as imemoriais oposições da análise textual: ação e representação, fundo e forma, texto e contexto, produção e recepção etc. Em vez de opor conteúdos e modos de transmissão, um interior do texto e um entorno de práticas não verbais, é preciso conceber um dispositivo em que a atividade enunciativa articula uma maneira de dizer e um modo de veiculação dos enunciados que implica um modo de relação entre os homens (MAINGUENEAU, 2008b, p. 48).

Seguindo, então, na linha dos estudos mediológicos, que estudam as mediações, estamos lidando com a noção de *mídiu*m [*médiu*m, em outras traduções],

[...] o mídiu não é um simples “meio” de transmissão do discurso, mas que ele imprime um certo aspecto a seus conteúdos e comanda os usos que dele podemos fazer. O mídiu não é um simples “meio”, um instrumento para transportar uma mensagem estável: uma mudança importante do mídiu modifica o conjunto de um gênero de discurso (MAINGUENEAU, 2002, p. 72).

Desenvolvido por Debray (2000), o conceito supõe que um *mídiu*m supõe, como dissemos, um *vetor de sensibilidade* que dá sustentação material a uma *matriz de sociabilidade* - a instituição que o rege – no caso, a Fundação FAPESP. As cenografias articuladas no mídiu revista *Pesquisa FAPESP* configuram um *mundo ético* que se produz sobre as forças simbólicas através das quais “uma ideia se torna força material” (DEBRAY, 1991). Sendo assim, a revista *Pesquisa FAPESP* é posta, aqui, como um *vetor de sensibilidade* que produz sentidos e os dissemina, justificado pela importância que este objeto se atribui devido à instituição para a qual aponta. Há aí uma implicação crucial: esse vetor de sensibilidade (a revista) circula no mundo sensibilizando uma dada comunidade para dadas questões autorizadas por uma matriz de sociabilidade (a Fundação), que se fortalece ao fortalecer a revista que para ela retorna, pois publica suas atividades, justificas-as, legitima-as.

Trata-se, em termos de metodologia, de operar com a seguinte lógica:

Por um lado, privilegiando a dimensão diacrônica, perguntar-nos-emos por quais redes de transmissão e formas de organização se constituiu esta ou aquela herança cultural. De que maneira foram instituídos os “pensamentos fundadores”? Qual meio físico e mental tiveram de atravessar, de que maneira negociaram com ele, que tipo de compromisso tiveram de aceitar? E a questão dirigir-se-á tanto à grande religião histórica quanto à ideologia secular, tanto à esfera de influência quanto às capelinhas. Por outro lado, privilegiando o corte sincrônico, perguntar-nos-emos de que maneira a aparição de uma aparelhagem modifica uma instituição, uma teoria estabelecida ou uma prática já codificada. De que maneira um novo objeto técnico leva um campo tradicional a modificar-se? Por exemplo, qual efeito as gerações sucessivas de imagens gravadas (a fotografia, o cinema, o sistema digital) tiveram sobre a administração da prova nas ciências? (DEBRAY, 2000a, p. 139).

Os objetos técnicos participam da produção dos sentidos na medida em que implicam inscrição material de uma ideia e sua difusão. Nos termos de Debray:

A "coisa a ser comunicada" não existe antes e independente daquele que a comunica e daquele a quem é comunicada. Emissor e receptor são modificados, interiormente, pela mensagem que trocam entre si; além disso, a própria mensagem é modificada pelo fato de circular (DEBRAY, 2000, p. 62).

O mídiun é, então, um imbricamento do que se tem referido nos estudos discursivos por *circulação* com o que se costuma referir, mais amplamente, nos estudos da linguagem por *suporte*. Importante dizer que é sem estabelecer uma relação biunívoca de noções que o mídiun se define na articulação de um *vetor de sensibilidade* a uma *matriz de sociabilidade* (DEBRAY, 2000): essas matrizes (institucionalidades fiadoras de discursos) são *organização materializada* (OM), ou seja, o modo como a sociedade disciplina práticas e cultiva valores produzindo sistemas de objetos técnicos; esses vetores (dispositivos inscricionais que afetam os sentidos de um texto e eventualmente até mesmo do que é um texto) são *matéria organizada* (MO), os próprios objetos técnicos que resultam de lógicas de uso e impõem lógicas de uso, nem sempre coincidentes, e que convivem também com resistências ou apropriações não previstas. A metodologia consiste, então, em conjugar OM/MO. Neste caso, propomos apreender a revista *Pesquisa FAPESP* como uma formalização material (MO) da comunicação científica, um vetor de sensibilidade animado por uma rede de instituições cuja matriz de sociabilidade afiançadora é a Fundação FAPESP (OM).

Assim, é um objeto que constrói forças simbólicas produzidas em um processo construtivo que é técnico e comunicacional, e faz dele um dispositivo comunicacional que produz crenças e valores, neste caso, sobretudo, relativas ao que é “ciência” para sua afiançadora – a Fundação FAPESP. E nisto está incluso quais projetos serão selecionados para serem divulgados, quais áreas serão mais reportadas, e dentre todos os resultados alcançados quais serão divulgados...

Assim, descrever os lineamentos deste objeto editorial é tarefa que se apoia em nossa necessidade de compreender o próprio dispositivo.

Apropriando-se da noção de dispositivo de Foucault, Courtine (2013, p. 131), ao dizer que “os dispositivos não são simplesmente modos de classificação dos objetos do saber ou aparatos do exercício de um poder,

mas [...] instrumentos de produção do sujeito”, permite uma abordagem dos materiais textuais em tela depreensível de uma série de práticas sociais que, em relação, produzem efeitos de sentido legitimadores dos lugares que instituem (SALGADO; CLARES, 2015, p. 684).

Posto isso, entendemos que este objeto, além de considerado um dispositivo comunicacional, que mobiliza discurso através de técnicas, também se configura como sendo um *mídium*. Dessa forma, cremos que nossa pesquisa permitirá uma compreensão não só dos sentidos atribuídos a “ciência” na revista, mas da “ciência brasileira” na conjuntura atual e, com isso, contribuir também para compreender o regime de funcionamento da instituição que lhe dá sustentação ao mesmo tempo que é por ele sustentada.

## 1.2 A RELAÇÃO DO MATERIAL COM O INSTITUCIONAL

Como foi apontado na introdução, é preciso considerar que, apesar de a Fundação FAPESP produzir uma revista que busca “difundir e valorizar os resultados da produção científica e tecnológica brasileira, da qual a FAPESP é uma das mais importantes agências de fomento”, é fato que a própria Fundação só apoia pesquisas dentro do estado de São Paulo.

Por isso destacamos, com vistas a entender sua relação com “ciência brasileira”, que, de um modo geral, o montante de recursos investidos pela FAPESP em bolsas destina-se fundamentalmente a estudantes localizados no estado de São Paulo, como podemos ver também nos excertos localizados no item “A quem se destina” do site, referindo-se às bolsas de iniciação científica e mestrado, respectivamente:

Destina-se a alunos de graduação em instituições de ensino superior **localizadas no Estado**, para desenvolvimento de pesquisa científica (IC) ou tecnológica (IT) sob a direção de um orientador com título de doutor ou qualificação equivalente, avaliado por sua súmula curricular (grifos nossos).

E

Destina-se a alunos regularmente matriculados em programas de pós-graduação *stricto sensu* de instituições Públicas ou privadas do Estado de São Paulo para o desenvolvimento de projeto de pesquisa que resulte em dissertação.[...] Tendo em vista que as bolsas de pós-graduação **visam principalmente a formação de novos quadros para o sistema de**

**pesquisa do Estado**, a FAPESP adota, na análise das solicitações, prioridade para candidato recém-formado e que tenha concluído o curso de graduação dentro do prazo normal de sua duração, com excelente histórico escolar e, preferencialmente, com estágio bem sucedido de iniciação científica (grifos nossos).

Do mesmo modo, também no site da Fundação, podemos localizar nas instruções para “Auxílio à Pesquisa - Organização de Reunião Científica e/ou Tecnológica”, destinado a apoiar a realização de reuniões que sejam de importância reconhecida para o intercâmbio científico ou tecnológico de pesquisadores do estado de São Paulo:

## **2) Tipos de reunião**

- **Reunião no Estado de São Paulo:** Apoiar-se apenas a participação de pesquisadores do Estado de São Paulo e do exterior. Os pesquisadores de outros estados deverão solicitar apoio às FAPs (Fundações de Amparo à Pesquisa estaduais) locais ou às agências federais.

Constata-se que as bolsas são destinadas apenas aos alunos de instituições de ensino do estado de São Paulo, e “visam principalmente à formação de novos quadros para o sistema de pesquisa do estado”, do mesmo modo que os auxílios destinados a organizar reuniões científicas são restritos aos pesquisadores que estão localizados no estado de São Paulo ou fora do país, desde que sejam associados a uma instituição paulista, impossibilitando que pesquisadores de outros estados sejam subsidiados pelo mesmo apoio, mesmo que sejam convidados a participar de eventos em território paulista.

Essa matriz de sociabilidade, dessa forma, registra claramente que auxilia e financia esforços de pesquisa paulistas por isso nos interessa entender que sentidos configuram a “ciência brasileira” difundida e valorizada na revista que é declaradamente um dispositivo comunicacional dessa Fundação. Fossey, em seu estudo comparado de dois dispositivos de divulgação científica, sublinha que essa revista é financiada por uma instituição de fomento:

Se boa parte de suas reportagens nasce de pesquisas que a própria instituição financia, fica claro que o objetivo desta publicação não é apenas “difundir e valorizar os resultados da produção científica e tecnológica brasileira” (sic). É verdade que a Fapesp é uma das principais agências de fomento do país, o que significa que muitas das pesquisas nacionais de fato contam com a sua colaboração financeira. Porém, isso afeta diretamente a “neutralidade” da publicação (que também conta com financiamento Fapesp, vale sempre lembrar), e faz com que seja delineado um perfil bastante específico para esta revista. Não se trata de

uma publicação de DC [divulgação científica] qualquer, mas de uma revista que deriva diretamente de uma agência que atua no cenário da prática científica nacional. Neste sentido, podemos pensar em uma função “justificadora”, já que a Fapesp é um órgão público, e “auto-descritiva” da revista, já que boa parte de seu conteúdo deriva de assuntos institucionais – sejam eles relativos à política científica ou aos resultados efetivos de tais políticas, por meio de pesquisas realizadas. Enfim, a análise objetiva explicita o sólido vínculo com a prática científica institucional que a revista possui – o que certamente faz parte da construção do discurso desta publicação (FOSSEY, 2006, p. 33).

Desse modo, tomaremos o trabalho seminal da pesquisadora como uma diretriz para analisar o modo como a divulgação científica é articulada pela (re)produção da revista, edificando nossa problemática em torno das ocorrências dos termos “ciência” e “ciência brasileira” presentes na divulgação da revista *Pesquisa FAPESP*, levando em conta que abrange questões políticas e sociais relevantes, uma vez que é preciso lidar com essa diferença entre a revista e a Fundação: a Fundação só existe no estado de São Paulo enquanto a revista pretende-se divulgadora da produção científica nacional.

Em termos de sua formalização material, importa considerar que, portadora da prática científica institucional, a revista é um mídiu que tem possibilidades mais plásticas e fluidas do que relatórios, dissertações, teses e livros científicos, além de ser produzida com o fim último de dar voz à própria FAPESP, às pesquisas que financia (e também seus pesquisadores) e às atividades a que dá apoio (e também as instituições em que acontecem) numa representação de si que não é permitida nos outros gêneros que tramita, fruto de seus investimentos, nos quais aparece apenas na menção obrigatória dos agradecimentos. De fato, a revista *Pesquisa FAPESP* retoma-os (dissertações, teses, artigos, eventos...), fazendo uma seleção entre eles e transformando-os, por meio das técnicas jornalísticas características da divulgação científica.<sup>28</sup>

Posto isso, seguiremos nosso capítulo teórico apresentando essa relação entre o discurso jornalístico e o discurso científico nos parâmetros da revista *Pesquisa FAPESP*.

### **1.2.1 Um discurso jornalístico científico**

...quando se trata de discursos constituintes, aqueles que são fontes da mais alta autoridade –, o locutor deve dizer construindo o quadro desse

---

<sup>28</sup> Não discutiremos aqui a especificidade da divulgação científica consagrada em muitos trabalhos sobre essa produção discursiva em geral, retemos neste trabalho a noção já bastante assentada com base em Zamboni (2001, p. 13), para quem a divulgação científica “constitui um gênero de discurso específico, que exige do divulgador um trabalho efetivo de formulação de um novo discurso.”

dizer, elaborar dispositivos pelos quais o discurso encena seu próprio processo de comunicação, uma encenação inseparável do universo de sentido que o texto procura impor (MAINGUENEAU, 2008b, p. 51).

Fundamentando-nos sobre a natureza do *discurso constituinte* (MAINGUENEAU, 2008b), isto é, uma espécie de discurso-fonte, que tem um regime próprio, baseado na sua condição de discurso-primeiro e que se textualiza como não tributário de nenhum outro, mostraremos nesse momento as forças atribuídas a um discurso de divulgação científica que jornalisticamente produz cientificidade evocando, de certo modo, “a luz da verdade”.

Utilizando o quadro teórico proposto por Maingueneau relativo às cenas da enunciação (2008a), o qual nos permite encontrar certas características formalizadas no modo de dizer produzidos neste mídiun e que, encarnadas nele, permitem legitimar o que é dito, consideramos que

[...] é na cenografia que se dão os processos de legitimação do que é dito: “ela legitima um enunciado que, por sua vez, deve legitimá-la, estabelecendo que essa cenografia onde nasce a fala é precisamente a cenografia exigida para enunciar como convém” (MAINGUENEAU, 1998, p. 87).

E, se a cenografia decorre das virtualidades disponibilizadas por um dado quadro cênico, é preciso considerar que o *quadro cênico* articula a *cena englobante* a *cena genérica*. Numa revista de divulgação científica, a cena englobante necessariamente conecta traços do discurso jornalístico com traços do discurso científico, e as cenas genéricas que compõem a revista são todas as formas de organização textual que compõem o objeto editorial, incluindo editorial, reportagens, peças publicitárias, notas, gráficos, artigos..., o conjunto de textualizações em que esse tipo de discurso se materializa. A *cenografia*, realizada a partir das virtualidades do quadro cênico, nos permite olhar para o dispositivo comunicacional em estudo e verificar o modo como se articulam os elementos produtores da semântica que institui sua identidade comunicacional:

A cenografia é, assim, ao mesmo tempo, aquilo de onde vem o discurso e aquilo que esse discurso engendra: ela legitima um enunciado que, por sua vez, deve legitimá-la, [...]São os conteúdos desenvolvidos pelo discurso que permitem especificar e validar o ethos, bem como sua cenografia, por meio dos quais esses conteúdos surgem (MAINGUENEAU, 2008b, p. 71).

A fim de compreender o que é “ciência” na divulgação científica da revista *Pesquisa FAPESP* com base nas cenografias construídas que circunscrevem os sentidos atribuídos à palavra, será necessário olhar para a inter-relação entre as cenografias ali construídas e o ethos que, então, emerge da formalização desse objeto editorial, uma vez que este jogo dá corpo ao que se pretende compreender discursivamente. As cenografias fazem emergir, na medida em que validam o discurso enunciado, uma voz que corporifica, à sua maneira, traços característicos do discurso com que estamos lidando. É neste ponto que o *ethos* ganha forma e dá visibilidade, assim como credibilidade, ao que é dito. Essa forma de dizer, então, que remete a uma maneira de ser, configura uma identidade ou, ainda, traços éticos que discursivamente vão reverberar características de sua institucionalidade – o *mundo ético* segundo Debray (2000).

Para compreendermos o funcionamento das cenografias do discurso científico da revista, precisamos olhar, dessa forma, para o modo jornalístico com que a *Pesquisa FAPESP* realiza sua divulgação, verificando como o ethos encenado garante cientificidade ao que é enunciado. Já de saída, é importante frisar que Fossey (2006), encontra, entre várias modalidades de dizer, um expediente enunciativo especialmente digno de nota: frequentemente se apagam os marcadores que deixam claras as relações entre a voz do jornalista que relata e a do cientista consultado, que sutilmente se imbricam numa autoridade indistinta:

[...] a Pesquisa Fapesp é uma publicação que privilegia as formas de discurso relatado que faz referências enunciativas de uma forma menos evidente. Isto é, que diluem, no fio do texto, a referência às suas fontes enunciativas. Depois que apreendemos esse modo de funcionamento, percebemos que a quantidade de excertos que de fato não têm fonte enunciativa explícita, como nos exemplos 105-117, são menos frequentes do que pareciam ser à primeira vista. Mas, podemos concluir que, graças a esse modo de funcionamento que dilui as fontes enunciativas, a Pesquisa Fapesp fala de ciência reproduzindo, no discurso, a proximidade com o campo científico que, de fato, ela possui. Inclusive, por isso, pode-se dar ao luxo de não explicitar, sempre, certas fontes (FOSSEY, 2006, p. 79).

Diante disso, tomaremos a pesquisa *No “mundo dos jornalistas”*: *interdiscursividade, identidade, ethos e gêneros* (2006) de Cavalcanti, os termos como o discurso jornalístico estabelece trocas em diversos campos discursivos, inclusive o científico. Dessa forma, a fim de mostrar a relação entre ambos, nesse jogo entre o jornalístico e o científico amalgamados no discurso da revista *Pesquisa FAPESP*,

propomos sob considerar uma *cena englobante híbrida*, pois se trata de um discurso jornalístico amalgamado ao científico. Conforme Fossey,

[...] a Pesquisa Fapesp utiliza muito mais as formas que promovem o apagamento do jornalista e, conseqüentemente, não marca com tanta clareza e insistência esses dois lugares distintos, o dos jornalistas e o dos cientistas. As fronteiras são mais difusas [comparadas às de outra revista de divulgação científica: *Superinteressante*], e nossa hipótese é de que isso se dá graças à proximidade que há entre essa revista e uma instituição que “produz” ciência (FOSSEY, 2006, p. 90).

Essa proximidade é aqui encenada juntamente com a “busca da verdade” aspirada pelo discurso jornalístico, conforme Cavalcanti (2006), que nos apresentou a imagem do jornalista iluminador, como “detentor do conhecimento”, ao analisar autor representações:

A imagem do jornalista iluminador, o que tem por missão distribuir o saber, dar ao outro a leitura do mundo, também reaparece na fala de Frias [do jornal Folha de S.Paulo]. Esse conhecimento, que é distribuído pelo jornalista, assume características próprias do saber racional, científico, aquele que afasta o “obscuro” e ilumina a “verdade”, em “uma linguagem acessível”. Assim, além de buscar a verdade, caberia ao jornalista torná-la inteligível, de fácil compreensão, o que daria a esse sujeito o papel de “tradutor do real” (expressão usada por Lima) (CAVALCANTI, 2006, p. 73).

Essa pesquisa nos permite sustentar que há uma cena englobante híbrida, uma vez que mostra, a partir do próprio jornalismo, como a voz do divulgador científico, que no caso é um jornalista, se mistura com a voz do próprio cientista, como é feito nos marcadores atestados por Fossey, que têm, conforme Cavalcanti, base no próprio fazer jornalístico, que se autorrepresenta como capaz da clareza científica e, mais além, da clareza que desdobra o que é especializado na ciência para os não-cientistas. No caso em tela, o apagamento dos marcadores típicos de distribuição das vozes num discurso relatado, leva essa relação ao seu ponto mais alto:

o divulgador da Pesquisa Fapesp, ao dar preferência a estruturas de discurso relatado que promovem a diluição dessas fronteiras, cria um efeito de que a ciência e revista possuem laços estreitos, de proximidade, uma vez que muitas vezes nem sabemos ao certo quem fala, cientistas ou jornalistas (FOSSEY, 2006, p. 103).

Notamos, portanto, que o discurso de divulgação científica dessa revista pode ser considerado como um tipo de jornalismo que visa à condição constituinte do discurso científico. Para Maingueneau (2008, p. 70), uma *cena englobante* “atribui ao discurso um estatuto pragmático, ela o integra em um tipo: publicitário, administrativo, filosófico...”; com base nas ideias acima explicitadas, vemos que no caso em estudo a cena englobante se configura *hibridamente*, as características do discurso jornalístico que visa trazer à tona “a luz” se fundem com forças de um tipo de discurso *constituente*, o discurso científico, que se organiza como discurso fonte, formador de verdades primeiras e, sobretudo, as questões de ordem prática voltadas para o modo como demonstram clareza, objetividade, equilíbrio e discernimento sobre os aspectos científicos divulgados.

A cenografia dessa união chega, na revista *Pesquisa FAPESP*, através do uso do discurso direto livre no qual o jornalista se confunde com o cientista, o enunciador, apesar de não ser o cientista, enuncia como se fosse, por exemplo:

um vírus mortal para a lagarta-do-cartucho (*Spodoptera fugiperda*), considerada a pior praga da cultura do milho, é a principal matéria-prima de um bioinseticida para a lavoura desenvolvido pela Embrapa Milho e Sorgo, de Sete Lagoas (MG). O vírus da espécie *Baculovirus spodoptera* ataca somente a lagarta, que é a fase larval de uma mariposa e não faz mal à saúde de seres humanos ou a de qualquer outro animal. Alternativa ao tratamento contra a praga baseado em agroquímicos, o produto foi licenciado para a empresa Vitae Rural, de Uberaba (MG), e, a partir de outubro, estará à venda para os agricultores. O processo de produção do bioinseticida desenvolvido pela Embrapa prevê a multiplicação dos vírus em lagartas vivas criadas em laboratório. A coordenação dos estudos foi do engenheiro-agrônomo Fernando Valicente, pesquisador da Embrapa Milho e Sorgo. A lagarta-do-cartucho ataca também algodão, alface, cana-de-açúcar, batata, arroz, soja, tomate, entre outros produtos agrícolas. Os estragos no milho começam quando a mariposa coloca os ovos na folha e eclodem as lagartas, depois de dois a três dias. Elas começam a se alimentar da planta, principalmente do cartucho do milho, que é a parte formada por folhas sobrepostas em forma cônica, presentes principalmente quando a planta está na fase de crescimento. O bioinseticida é aplicado na planta diluído em água e provoca uma taxa de mortalidade entre 75% e 95% das lagartas, que, depois de infectadas, perdem o apetite (Revista *Pesquisa FAPESP*, edição n. 256, seção *notas*, p. 17).

Retirado da edição n. 256, a nota *Bioinseticida mata de fome praga que ataca milho*, apresenta-se nesse excerto, como esperado numa reportagem de divulgação, o discurso relatado (Fossey, 2006, p. 62) mas, aqui ele assume diferentes aspectos do dizer e pode ser referido como um *discurso direto livre*, pois é “[...] um discurso relatado que tem

as propriedades linguísticas do discurso direto, mas sem nenhuma sinalização” (MAINGUENEAU, 1998, p. 148), ou seja, é o jornalista assumindo a voz do cientista, como se este estivesse contando o que descobriu sobre a descoberta. Dessa forma, “a Pesquisa Fapesp fala de ciência encenando, no discurso, a proximidade com o campo científico que, de fato, ela possui. Inclusive, por isso, pode-se dar ao luxo de não explicitar, sempre, certas fontes”, conforme Fossey (2006, p. 79) conclui.

Além deste exemplo também podemos levar em conta o próprio modo como a revista se auto declara na página *Quem somos*, em “Nossa missão é noticiar e discutir, de forma precisa, equilibrada e acessível”, neste caso, o “acesso” sempre foi a preocupação do jornalista e não do cientista – sendo assim, temos aqui mais uma relação híbrida, pois, esse acesso só se dá porque o jornalismo é capaz de falar de forma “precisa” e “equilibrada” como a ciência, ensejando as características de um discurso constituinte, que sempre se põe como único e inquestionável.

Observado por Cavalcanti (2006) sobre a representação do sujeito jornalista e de sua prática acerca do mito da objetividade (p.70), também verificamos nas cenografias construídas na revista que há uma tentativa de se produzir reportagens e notícias de um modo “neutro” - atribuído à objetividade dos enunciados, a fim de sustentar a credibilidade do leitor. Essa ‘forma neutra’ característica do discurso jornalístico com que também se apropria do discurso científico origina-se de uma vontade de verdade, a qual confere ao discurso elementos do real, próprios do discurso constituinte, aquele que se reveste de enunciado primeiro, autoridade no dizer, neste sentido, estamos diante de um discurso que busca mostrar a verdade sobre a realidade:

O desejo de reproduzir a realidade não deve ser pensado como traço subjetivo do jornalista, como uma vontade pessoal, mas como decorrente do diálogo do discurso jornalístico com o discurso da objetividade, que impõe uma nova “evidência” ao primeiro, a saber, a de que as notícias podem e devem ser o espelho dos fatos. No que diz respeito à construção da identidade do sujeito jornalista, sentidos ligados ao campo da ciência, como a precisão e o rigor, passam a circular na comunidade possibilitando, assim, uma aproximação entre o homem da ciência e o jornalista (CAVALCANTI, 2006, p. 74).

Essa característica do discurso tanto jornalístico como científico da objetividade assume valores que visam trazer a verdade à tona, apresentando o real de uma forma ‘neutra’:

A escolha da palavra acurácia é significativa. Como observa Chaparro, ela pertence a outro campo, geralmente caracterizado pelo rigor e precisão, o que faz com que o jornalismo tenha maior credibilidade. Ressalte-se que ao tomar essas qualidades como suas, o jornalismo não apenas atribui a si traços do campo científico como também procura colocar-se em uma posição que dê a ele o status de intocável, como a ocupada pelas ciências exatas: um saber que seria por natureza isento e, portanto, confiável (CAVALCANTI, 2006, p. 76).

É sobre essas base que este estudo de dispositivo comunicacional constrói um caminho que pretende compreender, não só as formulações de um discurso que se funde a um modo *constituente*, o qual não reconhece outra autoridade além da sua própria (MAINGUENEAU, 2008b, p. 37) mas também e sobretudo como se discursiviza “ciência” neste mídiu revista *Pesquisa FAPESP*.

## CAPÍTULO II – METODOLÓGICO

---

Após delimitar, no quadro da Análise do Discurso, o que conduzirá nossas análises do mídiun revista *Pesquisa FAPESP*, buscamos descrever, neste capítulo, todo o processo metodológico que fundou a pesquisa e os aspectos que nos levaram a alcançar esta etapa: a definição de uma metodologia de coleta e constituição do córpun. Sendo assim, em consonância com os procedimentos típicos desse quadro teórico, o percurso metodológico construído nesta pesquisa deu-se conforme as necessidades que o trabalho foi suscitando e se consolidou à medida que as questões parciais iam sendo respondidas.

Nesta seção, descrevemos detalhadamente o percurso realizado neste trabalho, visto que a descrição deste processo tornou-se o ponto principal de nossa pesquisa, pois, assim como Milton Santos (2017, p. 18) considera, “descrição e explicação são inseparáveis” e, para que isso se produza com eficácia, “o que deve estar no alicerce da descrição é a vontade de explicação, que supõe a existência prévia de um sistema.” – no nosso caso, o sistema explicativo dos estudos do discurso que supõe descrever e interpretar. Dessa forma, descreve-se nesta etapa todo o processo que se deu antes e durante a consolidação de nossa metodologia de pesquisa, e, por isso, julgamos importante que seja apresentada uma explicação da relação de Milton Santos com este trabalho que se insere na Análise do Discurso, pois, apesar de estarmos lidando com um teórico de outra área do saber, neste caso, da Geografia, é de nosso entendimento que ele nos proporcionou uma profunda compreensão a respeito dos processos mediadores no que tange os estudos de técnicas e espaços, conseqüentemente, dos objetos criados pelo homem. No âmbito de nosso grupo de pesquisa, essa é a base sobre a qual se assenta o estudo de objetos técnicos, como afirmamos na Introdução. A teoria de Milton Santos (2000; 2007; 2014) nos permitiu olhar para a revista de modo a compreender a relação entre os dizeres e as instituições como uma relação entre técnicas e normas sobre as quais se firma a organização social, que é histórica e também territorial. Trata-se de uma ênfase na dimensão tangível da circulação dos discursos.

## 2.1 DESCRREVENDO O PERCURSO

De início, como forma de selecionar o material a ser submetido a análise, nos quais esperava-se haver a ocorrência da palavra “ciência” tal como divulgada na revista, utilizamos o buscador do próprio site da revista<sup>29</sup> com o intuito de localizar as ocorrências no acervo digital da mesma. Ainda que o buscador tenha apresentado 16.800<sup>30</sup> ocorrências para a palavra “ciência”, não foi possível tomá-lo como ferramenta de análise, uma vez que o mesmo não nos permitia capturar as ocorrências indicadas em todas as edições publicadas, pois, apesar de o buscador conter o botão *ordenar por: data e relevância*, quando selecionávamos por *data* na busca feita para “ciência”, o mesmo gerava um resultado de 10 ocorrências por páginas, num total de 10 páginas de resultados obtidos, sendo que as primeiras páginas traziam resultados das ocorrências de 2018 (da página 1 até a página 8) e seguiam até o fim com resultados para ocorrências do ano de 2017 (nas páginas 9 e 10), ou seja, os resultados traziam apenas as ocorrências mais recentes, e não todas as ocorrências em todas as publicações, o que, conseqüentemente, não nos permitia olhar caso a caso ou casos de um certo período, como, por exemplo, ocorrências do início de 1995, quando surge o informativo.

Do mesmo modo, quando selecionamos o ordenador *relevância*, o buscador também gerou 10 páginas com 10 ocorrências cada de resultado, e as ocorrências se apresentaram na seguinte ordem de ano: 2018, 2017, 1999, 2016, 2001, 2018, 2011, 2012, 2017, 2018, 2013, 2018, 2015, 2010, 2014, ..., isto é, não havia ali esclarecimento sobre quais fatores eram levados em consideração para colocar aqueles resultados em “relevância” comparados aos que não foram inseridos nos resultados, principalmente porque os primeiros resultados a aparecer foram: “Ciência: Revista Pesquisa FAPESP” – o que nos levava para a aba de *Ciência* do site, onde estão alocadas todas as notícias e reportagens publicadas sobre a temática “ciência”, conforme os padrões da revista disponíveis para leitura, e resultados com as reportagens “Ciência em tirinhas”(2018), “Ciência no muro”(2018), “A sombra do assédio na integridade da ciência”(2017), como podemos ver na figura abaixo.

---

<sup>29</sup> Disponível em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/>>. Acesso em: 26 mar. 2018.

<sup>30</sup> Busca realizada em 26 de março de 2018.



**Figura 9** Screenshot dos resultados do buscador para “ciência” (por relevância).

Fonte: Site *Pesquisa FAPESP*, 2018.

Dessa forma, os resultados obtidos pelo buscador da própria revista não nos permitiu enxergar o regime de funcionamento do objeto editorial, ou seja, o modo como a revista destaca algumas áreas com relação a outras, como seleciona e publica certas pesquisas e não outras, como põe em efetiva posição de “relevância” alguns assuntos e não outros, tendo em vista que nosso interesse também está voltado para o fato de que se trata de um objeto editorial produzido por uma importante Fundação de apoio à pesquisa e que, sobretudo, define um parâmetro do que seja “ciência” para a própria instituição que determina quais pesquisas vão receber apoio. Sendo assim, era preciso considerar que pretendíamos analisar especificamente relações parafrásticas, ou seja, encontrar a região do aparecimento dos sintagmas selecionados e verificar, a partir daí quais relações lexicais, gramaticais ou sintático-semânticas encontraríamos nas ocorrências apresentadas pelo buscador na medida em que a análise linguística fosse necessária, no estudo da composição cenográfica. Resumindo: o buscador, tal como funciona, não nos ajudaria a encontrar e ter acesso a todas as ocorrências da palavra “ciência”, sendo assim, não seria possível entender como ocorre a delimitação desta palavra neste objeto editorial.

Desse modo, tomamos a decisão de selecionar o material de outra forma: através das matérias de capa que apresentassem a palavra “ciência”, considerando a relevância temática marcada pela própria produção editorial da revista, que constrói sentidos ao produzir o destaque editorial para o tema. Dessa forma, somaram-se 17 capas que apresentaram os sintagmas “ciência brasileira”, “ciência” e “Pró-ciências”, respectivamente, 3, 13 e 1, além de 3 ocorrências contabilizadas referentes aos encartes especiais, totalizando 20 matérias de capa de um total de 270 edições.

Durante esta etapa de contagem das capas que apresentaram a palavra “ciência”, uma matéria de capa da revista *Pesquisa FAPESP* nos chamou a atenção. Publicada em junho de 2017, a matéria *Financiamento para a ciência – Alternativas para contornar a perda de recursos incluem mobilizar o setor privado, aperfeiçoar políticas de inovação e melhorar a qualidade dos investimentos*, a qual foi motivada pela conjuntura de 2016<sup>31</sup>, quando houve significativos cortes realizados no Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC)<sup>32</sup>. Nesse momento, houve redução de recursos para a ciência de aproximadamente 40% em relação a 2016, e de quase 56% comparado a 2014, além de cortes importantes que resultaram da fusão de Ministérios e da extinção de linhas de fomento, programas, entre outros. Na edição n. 256, diante dessa situação que abalou a comunidade envolvida com Ciência e Tecnologia (C&T) no país, a reportagem *Financiamento em crise*, escrita por Fabrício Marques, editor da seção *política C&T* da revista, apresentou, além das situações enfrentadas pelas comunidades científicas diante dos cortes, o esforço realizado pela Fundação para tentar amenizar o impacto em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) de universidades, empresas e instituições científicas que dependiam dos resultados de pesquisas básicas e aplicadas, e conseguir novas fontes de recursos e estímulos à inovação, como leis e políticas de incentivo. A reportagem apontou para possíveis saídas que trariam novas formas de garantir parte dos investimentos perdidos, entre eles

a reformulação de instrumentos de fomento, como os Fundos Setoriais, e um aumento significativo da participação do setor privado – dificultado pela conjuntura de retração da economia e por fatores estruturais como a baixa participação de setores intensivos em inovação na composição do PIB (Alexandra Ozorio de Almeida, Carta da Editora, n. 256, p. 7).

Foram discutidas possíveis estratégias que viabilizassem recursos e principalmente respaldo político para serem implantados. Nesse sentido, a reportagem mostrou quanto o setor privado teria capacidade para mudar o atual quadro, pois tem sido o

---

<sup>31</sup> Em 2016, a economia brasileira, que já vinha sofrendo grandes adversidades, passa por um golpe político, que aponta para o encolhimento do Estado e a prevalência da iniciativa privada em todos os setores da vida brasileira.

<sup>32</sup> “Em 12 de maio de 2016 a Medida Provisória nº 726, convertida na Lei nº 13.341, de 29 de setembro de 2016, extinguiu o Ministério das Comunicações e transformou o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação em Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC), expandindo o leque de contribuições do órgão na entrega de serviços públicos relevantes para o desenvolvimento do país” (Disponível em: <<http://www.mctic.gov.br>>. Acesso em: 28 jul. 2018).

maior investidor em P&D desde 2008, segundo a revista. A reportagem se tornou um marco para nossa pesquisa pois estávamos diante de um cenário que demarcava um conjunto de fatores que, de acordo com os termos da revista, influenciava o modo como a “ciência” seguiria com seus investimentos. Sobretudo a “ciência brasileira” tomava importantes decisões para recuperar os cortes de recursos e direcioná-los. Dado o ocorrido, a reportagem marcou o seguimento de nossa pesquisa, posto o marco histórico no qual a “ciência” divulgada na revista *Pesquisa FAPESP* estava acontecendo, uma vez que se abria um forte movimento que direcionava os investimentos de P&D para o setor privado, nos chamando a observar a movimentação de recursos da Fundação e o modo como a “ciência” era vista, no passado e daquele momento em diante.

Mas, apesar de nossa busca, naquele momento, visar à delimitação do nosso material de análise pelas matérias de capa que possuísem “ciência” como título da matéria, consideramos a fração de 20 matérias de capa uma quantidade não representativa do todo, mediante a totalidade de edições publicadas na medida em que buscamos tentar compreender, no funcionamento que rege este objeto editorial, quais sentidos de “ciência” são produzidos. Além disso, centrar o *córpus* apenas nessas capas punha em detrimento várias outras reportagens identificadas sobre “ciência”, que não necessariamente estavam chamadas na capa, o que nos levou a procurar uma maneira mais efetiva de seleção do *córpus*, frente a todas as publicações lançadas.

Visto que os métodos anteriores não foram eficientes o bastante para que, de um modo representativo, selecionássemos o material emblemático para nossas análises, procuramos encontrar um método descritivo que nos permitisse identificar o regime de funcionamento da discursivização constitutiva desse *mídium* – e, portanto, da instituição que lhe dá sustentação e é também por ele sustentada, e então voltamos a olhar para as edições compreendendo-as de um modo singular, para além da busca pelo que se repetia *ipsis litteris*, entendendo que, embora a maioria das edições não possua “ciência” na matéria de capa, há sempre grandes chances de encontrar em suas notícias, notas, cartas da editora ou reportagens a tematização sobre “ciência”, considerando que é função desse objeto editorial e comunicacional “noticiar e discutir, de forma precisa, equilibrada e acessível, os resultados obtidos em ciência e tecnologia no Brasil...”<sup>33</sup>, atribuições de sentido que nos permitem capturar seu funcionamento em cada uma das edições lançadas,

---

<sup>33</sup> Conforme está descrito na página *Quem somos* do site <<http://revistapesquisa.fapesp.br/quem-somos/>>. Acessado em: 4 de mai. 2018.

ou melhor, em cada reportagem publicada sobre “ciência” em meio a toda a divulgação científica da revista *Pesquisa FAPESP*, até agosto de 2018.

Parecia pertinente, então, realizar um levantamento de todas as edições publicadas, desde agosto de 1995, quando o informativo foi lançado, até agosto de 2018, quando finalizamos a coleta, visando à formação do *córpus* pelo todo que foi a público. Isto posto, foi de extrema importância realizar um levantamento de dados que permitisse enxergar um todo e estabelecer relações entre elementos dispersos. Trabalhamos, assim, na construção de uma tabela *Córpus Pesquisa FAPESP* que registrasse edição a edição, mês a mês, desde 1995, com base na qual faríamos seleção do material a ser analisado.

A tabela permitiu compreender a totalidade e, ao mesmo tempo, apreender regularidades e diferenças que possibilitam enxergar certas regras das *formalizações materiais* (FLUSSER, 2007), de modo que se viabilizassem tanto o recorte que comporia o *córpus* como a periodização e, assim, localizar acontecimentos concomitantes. Sendo assim, o primeiro passo metodológico consistiu em elaborar uma tabela no formato Microsoft Office Excel, composta por todos os números publicados da revista.

Mostraremos, a seguir, os critérios realizados para construção da tabela, assim como o processo metodológico descritivo, o qual nos permitiu delimitar o *córpus*, levantando dados emblemáticos para compor nossas análises.

## 2.2 CONSTRUINDO A TABELA, RECONHECENDO O CÓRPUS

[...] um *córpus* ideológico não é separável do corpo institucional que o abriga, o produziu e o produz. Em suma, e para afirmá-lo em sua linguagem, sem ter apreendido que um processo de pensamento tem a materialidade objetiva de um processo organizacional (DEBRAY, 1995, p. 125).

Com o intuito de evitar uma análise tendenciosa dos dados, buscamos construir uma tabela por meio de um método descritivo-interpretativo que tivesse a funcionalidade de identificar os dados mais emblemáticos da materialidade, que nos possibilitasse observar o funcionamento da revista e estabelecer periodizações, sobretudo, que nos permitissem entender a potência desse *mídiun* – no jogo que há entre o *vetor de sensibilidade* que é, como objeto em circulação, portador de discursos, e sua *matriz de sociabilidade*, a Fundação FAPESP, que também é sua editora.

Neste sentido, por se tratar de uma abordagem discursiva, nos termos acima descritos, a construção da tabela *Córpus Pesquisa FAPESP* subsidiou uma efetiva seleção

de matérias e também de materiais considerados com base em outros elementos editoriais: notas, seções, editoriais, gráficos, imagens, peças publicitárias etc. Dessa forma, o material que constituiu a tabela inclui todos os números publicados entre agosto de 1995 e agosto de 2018, através de uma sistematização do aparecimento da palavra “ciência” nos títulos de matérias, notas, seções, peças publicitárias e outros, das primeiras 270 edições, conforme as categorias de ano, mês, edição, capa, seção e artigos de destaque (feito pela analista).

Tomamos, portanto, a totalidade dos 23 anos de publicações da revista como nosso *córpus* de referência, selecionando o que é expressivo na medida em que alguns elementos iam se reiterando, ou seja, com todo tipo de material que foi ecoando na medida em que fomos descrevendo cada edição.

A tabela *Córpus Pesquisa FAPESP* foi composta pelas colunas de *nome, ano, mês, edição, capa, seção e observações*, das quais *nome, ano, mês, edição e capa* são informações retiradas do próprio site revista *Pesquisa FAPESP* da página de Edições Anteriores<sup>34</sup>, tendo em vista que buscamos mapear todas as edições existentes, desde 1995, identificando em qual formato, em que ano, em qual mês, qual número de edição e com qual matéria de capa foram publicadas.

Este foi o método descritivo que auxiliou na seleção do material para formar o *córpus* definitivo, nos permitindo observar os períodos ocorridos desde o surgimento do informativo que deu origem à revista *Pesquisa FAPESP*, em 1995, pois, ainda que pareça uma linha cronológica do tempo, pudemos constatar algumas *periodizações*<sup>35</sup> e vários acontecimentos desde sua criação que serão apresentados no Capítulo III, durante as análises cenográficas.

É importante registrar que durante a construção dessa tabela, alguns dados nos levaram a olhar para outros objetos editoriais, como: o site FAPESP (<<http://www.fapesp.br/>>), uma vez que boa parte das matérias que se referiam à Fundação nos levaram a analisar de perto alguns mecanismos de funcionamento da mesma (ver Capítulo III – 3. Gestão FAPESP); as conferências ministradas por Carlos Henrique de Brito Cruz, diretor científico da FAPESP, na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), no dia 2 de outubro de 2017 no Auditório do Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia (CCET/UFSCar) e em 21 de novembro de 2017 no Departamento de

---

<sup>34</sup> Disponível em: <<http://revistapesquisa.fapesp.br/revista/edicoes-antiores/>>. Acesso em: 14 mar. 2018.

<sup>35</sup> Como visto em Le Goff (2015), as *periodizações*, além de serem instrumentos necessários para se produzir conhecimento histórico, são condutoras de significados. Quando contamos uma história, construímos certos sentidos sobre cada um dos períodos construídos.

Engenharia de Materiais (DeMa/UFSCar), ambas com o título “Desafios para Ciência, Tecnologia e Inovação em São Paulo”, as quais tratavam justamente das questões que surgiram no número da revista a partir do qual começamos a organizar o córpus, sobre “alternativas para contornar a perda de recursos”, comentado acima. Nos chamou atenção o fato desse acontecimento ocorrer por duas vezes dentro da mesma instituição de ensino em departamentos de áreas muito próximas, física e engenharia de materiais, e nenhuma vez em departamentos voltados para as ciências humanas e sociais. Ambas discutiram os mesmos assuntos: o direcionamento dos auxílios e investimentos da FAPESP, sobre as diferenças de investimentos do estado de São Paulo com relação aos outros estados brasileiros, as prioridades da Fundação ao selecionar projetos que visam ao impacto econômico, social e intelectual. Enfim, apesar de serem dados laterais, nos permitiram compreender o funcionamento da instituição em consonância com a própria revista *Pesquisa FAPESP*. Afinal, nela se textualizam os números (nas prestações de contas) e as matérias que sustentam essa discursivização.

Dessa forma, após a elaboração e a inserção das informações nas colunas de *nome, ano, mês, edição e capa*, acrescentamos as colunas: *seção, observações e tags*, com o objetivo de inserir informações que nos auxiliassem na etapa analítica, uma vez que essas colunas nos permitiram levantar as cenografias mais recorrentes, visto que na coluna *seções* inserimos o nome das seções nas quais encontramos reportagens que apresentavam as palavras “ciência” ou “ciências” em seus títulos, assim como em notícias, notas, e cartas da editora, ou seja, fizemos um levantamento das seções que apresentaram em suas reportagens discussões, relatos ou notícias voltados para “ciência” independentemente do assunto apresentado. A princípio, acreditávamos que de um modo geral as matérias sobre “ciência” fossem aparecer em seções específicas como: *ciência* ou *política de C&T*, o que não se concretizou, vide coluna de *seções* na tabela.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Nome	Ano	Mês	Edição	Capas	Seção	Observações	TAGs
2			ago	1	Jovens pesquisadores: novo programa de apoio incentiva centros	Dados	Dados: Projetos e valores aprovados e já contratados.	DADOS
3		1995	Set	2	Projetos temáticos: novas normas	Concite, Inovação	Concite: Estado elabora política de C&T. Inovação: Propostas diversificadas (Ao final do folheto há umas tabelas de Projetos e valores aprovados e já contratados, cf. descrito nas observações do primeiro folheto.)	Potencial p/ ser córpus!
4			Out	3	Inovação tecnológica: Fiesp garante apoio	Inovação Tecnológica, Bolsas	Inovação Tecnológica: Fiesp garante apoio (parceria entre empresas e universidades). Bolsas: Investimento nacional é superior a R\$600 milhões. Tabela: Bolsas e auxílios por setor -1994.	Potencial p/ ser córpus!
5			Nov	4	FAPESP institui reserva técnica a partir de primeiro de janeiro	Nada	Nada	

**Figura 10** Cabeçalho da tabela *Cópus Pesquisa FAPESP*.

Fonte: captura realizada pela autora.

Para a coluna *observações*, como podemos ver, criou-se o molde [**Nome da seção**: título da reportagem] para identificação do texto onde se encontrou alguma informação ou reportagem, acrescido do título da reportagem selecionada. Além desses dados inseridos na coluna *observações*, inserimos, na cor vermelha, quando necessário, observações sobre a reportagem referenciada, de modo a auxiliar na seleção dos dados para análise.

Observa-se que, na coluna A, registrou-se o *Nome* da revista, que, de agosto de 1995 a setembro de 1999 era elaborada em formato de informativo intitulado *Notícias FAPESP* e, a partir de outubro de 1999, tornou-se revista, a qual foi nomeada como *Pesquisa FAPESP*, mudança demarcada na primeira coluna da tabela. Na coluna B, tem-se o Ano correspondente das publicações e, nas colunas C e D, o Mês e a Edição, referindo-se ao mês em que foram publicadas assim como o número da edição lançada. Na coluna E, foram registrados os títulos das matérias de Capas, na F inserimos as seções onde encontramos matéria de relevância para a coleta de dados, como: Carta da Editora, Política C&T, Dados, Humanidades etc. Na coluna G, abrimos espaço para observações nossas, assim como para os títulos de matérias publicadas com potencial para coleta de dados. Ressalte-se que as principais matérias foram selecionadas e demarcadas, assim como anotadas nesta coluna com o molde – [**Nome da seção**: título da reportagem e informações de destaque a respeito do que foi encontrado naquela seção], de modo que, ao final da descrição das reportagens anotadas, realizamos uma triagem selecionando os dados mais emblemáticos das edições ou reportagens para compor a etapa de análise destes dados.

Como exemplo da leitura da tabela, podemos olhar para a edição n. 5, publicada em janeiro de 1996 ainda no formato de informativo, o qual apresentou como matéria de capa *Recursos crescentes sustentam a pesquisa*, no qual notaram-se, nas seções *auxílio e notas*, matérias de relevância para nossa pesquisa, como é descrito na coluna de Observações, **Auxílio**: *Recursos crescentes sustentam a pesquisa (tabela de Investimentos em auxílios, por setor, concedidos em 1995)*, ou seja, na seção de *auxílio* destacamos a matéria *Recursos crescentes sustentam a pesquisa*, na qual consta uma tabela que apresenta os *Investimentos em auxílios, por setor, concedidos em 1995*, o que nos permitiu identificar a direção em que os investimentos de 1995 da Fundação eram destinados, e podemos ver, assim, quais áreas e quais programas recebiam mais auxílio etc.

Jan	5	Recursos crescentes sustentam a pesquisa	Auxílio, Dados	Auxílio: Recursos crescentes sustentam a pesquisa (tabela de Investimentos em auxílios, por setor, concedidos em 1996).
Fev	6	Botânicos revelam a riqueza da flora paulista	Nada	Nada
Mar	7	Reformas revitalizam serviços do IPT	Inovação tecnológica, Rede ANSP	Inovação tecnológica: Concessões da FAPESP já atingem quase R\$1 milhão (Programa de Apoio a capacitação tecnológica). Rede ANSP: Espinha dorsal em alta velocidade (Instalação de alta velocidade de rede entre as principais cidades do Estado).
Abri	8	Fundação começa a apoiar Capacitação Técnica	Programas, Política	Programas: Números de aprovações e valores. Política: Em dois anos, a FAPESP implantou 5 novos programas especiais. (estimular parcerias entre o setor público e privado...)
Mai	9	Reformas beneficiam pesquisas do IAC	Projetos	Projetos Temáticos: USP detém a liderança. E Financiamento estão distribuídos entre 87
1996 Jun	10	Ensino Público: Lições de um programa inovador	Dados	Tabela: Projetos aprovados e contratados

Figura 11 Excerto retirado da tabela para mostrar a descrição da edição n. 5.

Fonte: captura realizada pela autora.

Durante a etapa de descrição das observações, notou-se que as edições apresentavam alguns temas recorrentes, desde as primeiras publicadas, o que suscitou a criação das colunas de tags, ou seja, etiquetas estabelecidas de acordo com os motes encontrados com mais recorrência dentre as 270 edições publicadas.

TAGs	TAGs2	TAGs3
Empresas	DADOS	
CAPA	Propaganda Pesquisa FAPESP	
Patentes	Mulheres	Propaganda Pesquisa FAPESP
CH(12 Capa)	DADOS	Empresas
Mulheres		
CH(13 Capa)	Propaganda Pesquisa FAPESP	
CAPA	Propaganda Pesquisa FAPESP	

Figura 12 Screenshot das colunas de Tags.

Fonte: captura realizada pela autora.

Sendo assim, as etiquetas atribuídas às edições facilitaram a localização de determinadas edições ou, ainda, de seus conteúdos listados extensivamente. Por essa razão, criamos as colunas H, I e J para incluirmos no formato de tags algumas etiquetas com vistas a facilitar o registro do mote encontrado em cada edição, uma vez que alguns deles mostraram-se recorrentes e/ou de extrema importância para a análise, como: Dados, Patentes, Ciências Humanas(CH), Empresas, PIPE, Capa, Scielo, Jornalismo Científico, Mulheres, Estratégia C&T, Fundos, Recursos FAPESP, Dispêndio em P&D, Relatório

FAPESP, Capa e Colofão. Segue abaixo a descrição das etiquetas definidas e a relevância de cada uma das atribuições feitas:

**Dados:** Todas as edições que receberam esta etiqueta apresentam informações quantitativas sobre a revista *Pesquisa FAPESP* ou sobre a Fundação FAPESP, como: dados numéricos, gráficos, tabelas ou quadros que podem auxiliar na análise.

**Patentes:** As edições que receberam esta etiqueta apresentam reportagens de destaque sobre patentes. Este tema, além de ser recorrente, chamou nossa atenção pois revela o movimento que existe entre a pesquisa e o processo de criação de um objeto técnico, sobretudo a inserção deste no mercado.

**CH (Ciências Humanas):** As edições que receberam a etiqueta CH referem-se às Ciências Humanas, tema de destaque em nossa pesquisa visto o modo como este assunto demorou a aparecer nas edições lançadas desde 1995, e como o site da revista *Pesquisa FAPESP* o faz aparecer, isto é, o tempo que levou até criarem uma seção *Humanidades*, designação que merece discussão futura. Sendo assim, esta etiqueta foi criada com o intuito de mapear o aparecimento das primeiras notas e/ou reportagens destinadas a Ciências Humanas na revista e, sobretudo, a contagem do número de capas destinadas à área nas revistas publicadas.

**Empresas:** Esta etiqueta foi inserida em todas as edições que apresentaram, dentre as reportagens selecionadas, a temática voltada para a área empresarial ou, ainda, apontava um enlace favorável entre as universidades e as empresas.

**PIPE:** As edições que receberam esta etiqueta apresentaram, dentre as reportagens selecionadas, notícias sobre o Programa de Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas, criado em 1997 e desenvolvido pela FAPESP para apoiar a execução de pesquisas em pequenas e médias empresas no estado de São Paulo.

**Estratégia C&T:** Etiqueta destinada às edições que apresentaram, dentre as reportagens selecionadas, as estratégias de C&T introduzidas pela FAPESP ou criadas pelo Governo.

**Fundos:** As edições que receberam esta etiqueta destacam um assunto recorrente sobre fundos de investimentos. O que nos permite verificar certas prioridades sobre a direção dos investimentos.

**Recursos FAPESP:** Etiqueta estabelecida para taguear as edições que foram selecionadas e discutiam o modo como os recursos FAPESP são investidos.

**Dispêndio em P&D:** As edições que receberam esta etiqueta apresentam, em meio às reportagens selecionadas, informações sobre o dispêndio, ou seja, gastos, despesas ou consumo em Pesquisa e Desenvolvimento, seja no estado de São Paulo ou no país.

**SciELO:** A etiqueta SciELO foi criada para mapear quais edições apresentam notícias, reportagens e/ou propagandas sobre a Scientific Electronic Library Online (Biblioteca Científica Eletrônica em Linha), projeto criado em 1997 pela FAPESP, um modelo para a publicação eletrônica cooperativa de periódicos científicos na Internet, que é, hoje, o norte das publicações científicas que pretendem uma boa qualificação.

**Jornalismo Científico:** Etiqueta criada para apontar quais edições apresentaram reportagens sobre jornalismo científico, tema que se mostrou recorrente durante a seleção de reportagens.

**Mulheres:** Esta etiqueta foi atribuída às edições que apresentaram reportagens sobre o papel ou a participação das mulheres na ciência, ou, ainda, reportagens selecionadas que tratam a questão de gênero no campo científico.

**Relatório FAPESP:** Etiqueta atribuída às edições que apresentaram reportagens sobre o relatório anual da FAPESP. Essas edições nos permitem rastrear os investimentos direcionados às áreas e instituições, assim como o balanço geral da própria instituição. Informações que serão descritas no Capítulo III. Gestão FAPESP.

**Capa:** Etiqueta estabelecida para sinalizar quais edições possuíam as palavras “ciência”, “ciências” ou derivados nos títulos das matérias de capa que nos auxiliaram na contagem de capas.

**Colofão:** Esta etiqueta, em especial, foi atribuída às edições que apresentaram informações, como: “Os artigos assinados não refletem necessariamente a opinião da FAPESP” e “É proibida a reprodução total ou parcial de textos e fotos sem prévia autorização”, no colofão das edições. O primeiro aviso, principalmente, apareceu num certo período das publicações e depois foi suprimido, enquanto o segundo manteve-se até as últimas edições analisadas.

Completa-se, enfim, o ciclo que se estabeleceu durante o raciocínio metodológico de preenchimento da tabela *Córpus Pesquisa FAPESP*, tendo em vista a compreensão do mídiom com que estamos lidando, a importância de se realizar uma coleta de dados objetiva e principalmente, uma explicação acerca da sistematização desenvolvida para conseguirmos levantar os dados mais emblemáticos sobre “ciência”, na medida em que se reiteravam, edição por edição, neste dispositivo comunicacional.

Assim, a seleção de dados analisados a seguir sempre é remetida a esse conjunto que delimitamos, conjunto que é, ele mesmo, uma provável contribuição tanto para o estudo de objetos editoriais seriados, quanto para futuros estudos sobre a revista *Pesquisa FAPESP*. Essa tabela (disponível em *Córpus Pesquisa FAPESP*) que construímos acaba sendo, ao mesmo tempo, metodologia descritiva e produto de uma reflexão, que oferece uma perspectiva ampla do dispositivo, suscitando comparações e diversas contagens a partir das quais outros temas se desenham.

## CAPÍTULO III – ANÁLISES

---

A situação de enunciação não é, com efeito, um simples quadro empírico, ela se constrói como cenografia por meio da enunciação. Aqui *-grafia* é um processo de inscrição legitimante que traça um círculo: o discurso implica um enunciador e um co-enunciador, um lugar e um momento da enunciação que valida a própria instância que permite sua existência. Por esse ponto de vista, a cenografia está ao mesmo tempo na nascente e no desaguadouro da obra (MAINGUENEAU, 2008b, p. 51).

Os levantamentos que foram identificados durante o processo de descrição das colunas: *seções* e *observação*, no preenchimento da tabela Cópus Pesquisa FAPESP, nos permitiram coletar importantes dados sobre a revista *Pesquisa FAPESP*, assim como sua produtora, a FAPESP, na medida em que algumas cenas foram aparecendo repetidamente.

Diante dos levantamentos feitos, foi possível, ao descrever cada uma das edições publicadas compreender a trajetória de composição da revista, como foi sendo construída e aprimorada, cronologicamente; compreender o modo como a divulgação acontece na revista; os pontos de contato entre a Fundação FAPESP e a revista e, sobretudo, o mundo ético que a mantém, depreensível das cenografias construídas na revista, uma vez que fazem aparecer os valores e crenças da instituição que a produz.

Observamos como o discurso da revista *Pesquisa FAPESP* textualiza os sentidos atribuídos a “ciência”. Para isso, examinamos os elementos cenográficos encontrados durante a descrição realizada na composição da tabela Cópus Pesquisa FAPESP que foram alocados na coluna de *observações*. Um dado interessante: o logo da revista foi se modificando desde o seu lançamento na edição n. 1, de agosto de 1995, passando por mudanças, como a transformação do informativo em revista *Pesquisa FAPESP*, e sua contínua modificação até a edição n. 176 de outubro de 2010, que permaneceu nas capas das edições até agosto de 2018, quando encerramos a coleta.



**Figura 13** Mudança de logos publicadas no informativo “Notícias FAPESP” para a revista *Pesquisa FAPESP* (1995-2010).

Fonte: elaboração própria.

Partindo da primeira edição, da direita para a esquerda na figura acima, o informativo foi lançado com o nome *Notícias FAPESP* e se manteve com o primeiro logo nas cores preto, branco e azul, da edição n. 1 lançada em agosto de 1995 até a edição n. 11 de julho de 1996. A partir da edição n. 12, o logo ganhou contorno na palavra “Notícias”, e o agrupamento do número da edição com a data de lançamento assumem uma posição centralizada sobre a base do seguinte slogan: “Uma Publicação Mensal da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo”, o qual apresentou-se assim da edição n. 1 até a edição n. 65, de junho de 2001.

**BOLSAS NO EXTERIOR**  
**Benefícios alterados**

Os benefícios concedidos pela FAPESP para bolsas de doutorado e pós-doutorado no Exterior foram alterados a partir de este mês. Assim, o valor líquido de manutenção passou de US\$1.400 para US\$1.700 mensais, o benefício para instalação, em casos de bolsas com duração de seis meses ou mais, foi elevado de US\$1.000 para US\$1.200 e a ajuda de custo para cobrir taxa de despesas com saúde passou de US\$100 para US\$150 mensais.

Foram alterados também os indicadores econômicos e fiscais com dependentes. Dessa forma, quem tem um dependente recebe agora adicional de US\$250, contra os US\$200 em que está o final de junho, para dois dependentes, o adicional passou de US\$50 para US\$150, em caso de três dependentes, ele foi elevado de US\$50 para R\$800 e para quatro dependentes ou mais, passou de US\$50 para US\$700 mensais.

As bolsas no País permanecem com os mesmos valores vigentes desde fevereiro passado: iniciação científica, R\$750, aperfeiçoamento, R\$300, mestrado I (fase inicial), R\$750, mestrado II, R\$750, doutorado I, R\$1.050, doutorado II, R\$1.300 e pós-doutorado, R\$1.900.

**BOLSAS DE MESTRADO**  
**Inscrições contínuas**

Os candidatos a bolsas de mestrado concedidas pela FAPESP não precisam mais apresentar carta de aprovação regularizada, até aqui, para apresentação de sua solicitação (30 de abril e 30 de agosto). A partir de agora, a Fundação aceita os continuamente em solicitação e, em vez de 90 dias, até 75 dias para análise e concessão das bolsas. A alteração cria mais facilidade para o candidato a bolsa e, ao mesmo tempo, dá um fluxo mais dinâmico ao processo de julgamento das concessões de bolsas de bolsa.

**JOVENS PESQUISADORES**  
**Novo programa de apoio incentiva centros emergentes**

Jovens pesquisadores com expressão científica em seu campo de trabalho podem contar, a partir de agora, com o apoio da FAPESP para desenvolvimento de projetos com duração de até quatro anos, em instituições de pesquisa do Estado de São Paulo. Essa oportunidade foi aberta com a criação do Programa de Apoio a Jovens Pesquisadores em Centros Emergentes, proposto pelo Conselho Técnico-Administrativo da Fundação e aprovado por seu Conselho Superior no último dia 5 de julho. A primeira etapa para apresentação dos projetos é 11 de outubro próximo.

O objetivo básico do novo programa, para o qual foram alocados, inicialmente, recursos no valor de R\$3 milhões, é contribuir para a criação de pesquisadores no Estado, para a formação de novos núcleos de pesquisa e para a descentralização da ciência estadual de pesquisa. Nesse sentido, ele incentiva as condições adequadas de trabalho para jovens pesquisadores de grande potencial, privilegiando os centros de pesquisa emergentes das várias instituições, no topo, aqueles em fase de formação, que não contam ainda com apoio efetivo das linhas senão de fomento de pesquisa financiadas.

Os projetos podem ser submetidos à análise da Fundação - que se selecionará os mais competitivos - tanto individualmente, quanto por grupos de jovens pesquisadores. É a palavra final, ainda no nome do programa, não deve ser concedido aos projetos por pesquisadores eventualmente mais velhos, que, entretanto, ainda não têm uma longa trajetória em atividades de pesquisa, pois porque a FAPESP não estabelece um limite etário de idade para o candidato, ainda que ele pretenda ser mais jovem.

A partir de 1996, os prazos para o recebimento de propostas na Fundação encerrar-se-ão no final de junho e de novembro (ver na página 3).



**Página 2**  
**REDE ANSP: ACELERAÇÃO E EXPANSÃO**

**Página 3**  
**NOVOS PROJETOS DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA**

**Página 4**  
**MAIS R\$70 MILHÕES PARA INFRA-ESTRUTURA DE PESQUISA**

**NOTÍCIAS 12**  
**FAPESP** AGOSTO 1996  
PUBLICAÇÃO MENSAL DA FUNDAÇÃO DE AMPARO À PESQUISA DO ESTADO DE SÃO PAULO

**CRONUTRIENTES**

**ESTUDO PODE TER IMPACTO SOBRE RECEITA DA AGRICULTURA**

OS RESULTADOS DO PROJETO TEMÁTICO SOBRE "MICRONUTRIENTES E MICROELEMENTOS TÓXICOS NA AGRICULTURA", INICIADO EM 1991 E CONCLUÍDO EM FEVEREIRO DESTA ANO, PODEM SER UTILIZADOS POR ORGANIZAÇÕES DA AGRICULTURA, AGRICULTORES E PRODUTORES RURAIS PARA OBTENÇÃO DE UM AUMENTO SIGNIFICATIVO DE EFICÁCIA NA ADOÇÃO NA AGRICULTURA. AUMENTO DE EFICÁCIA NA ADOÇÃO, DA OREIA DE APENAS 10%, PODE GARANTIR UMA RECEITA ADICIONAL PARA O SETOR DE R\$140 MILHÕES ANUAIS.

**PÁGINA 6**

Convênio com a CAPES viabiliza aperfeiçoamento de professores do 2º grau  
Página 3

Análise de projetos está mais ágil  
Página 4

Fundação formula os Mandamentos do Infra  
Página 5

FAPESP tem novo diretor-presidente  
Página 3

**Cláudio Pinheiro**  
Londrina, SP  
CUI: 1437

Figura 14 Capas das edições n. 1 (ago. 1995) e n. 12 (ago. 1996).  
Fonte: elaboração própria.

A configuração do logo, como foi descrita acima, se mantém até a edição n. 36 em outubro de 1998, momento em que as figuras e fotos ganham cor. O informativo *Notícias FAPESP* que iniciou suas publicações contendo 4 páginas de notas e reportagens direcionadas a um público interessado em assuntos internos da Fundação FAPESP vai mudando sua formalização material: o que nasceu com 4 páginas passa a ter 16; o que era branco, preto e azul passa a receber um leque maior de cores e principalmente o tratamento editorial de imagens que se apropria de novos aspectos, assumindo características de publicações editoriais destinadas à fruição, não apenas um registro institucional, mas um informativo efetivamente comunicacional, isto é, que proporciona uma experiência de contato, que convida à apreciação. Entre outros elementos, os respiros das páginas são um marcador importante desse convite ao contato com o material, que transcende o objetivo de obter informação acumulada (Cf. Tischichold, 2007).



**Figura 15** Capas dos boletins mensais “Notícia FAPESP”, da esquerda para a direita, respectivamente: edições n. 34 (ago. 1998), n. 35 (set. 1998), n. 36 (out. 1998) e n. 37 (nov. 1998).

Fonte: elaboração própria.

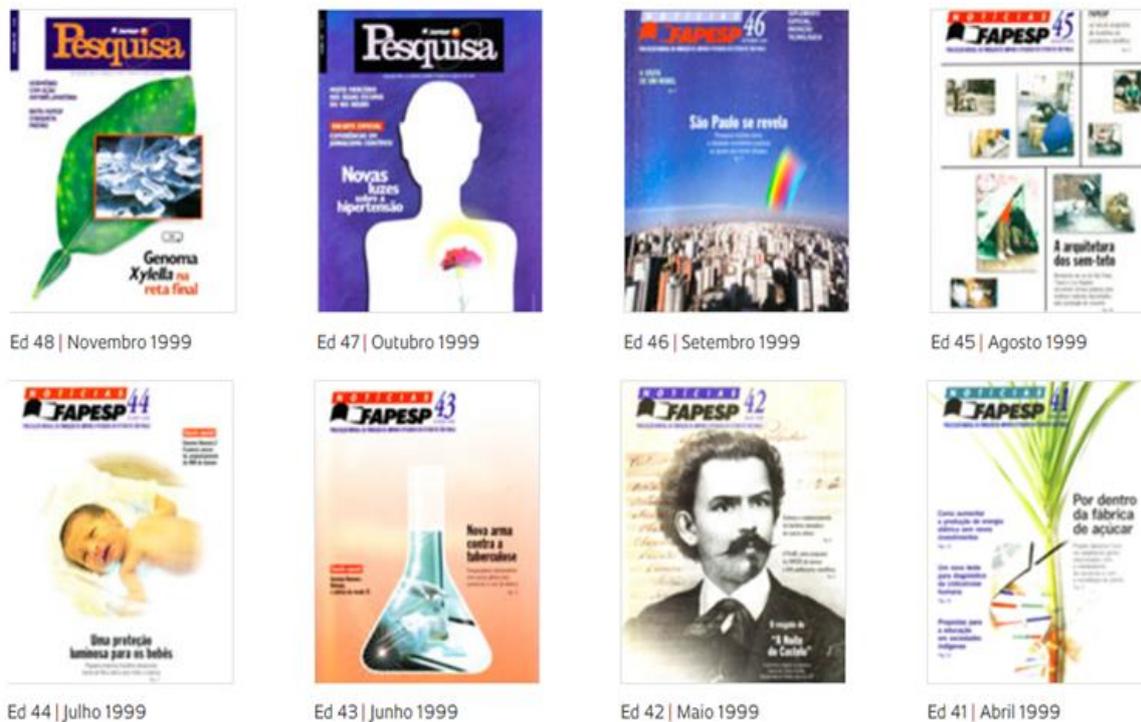
Da edição n. 36 para a edição n. 37, publicada em novembro de 1999, podemos ver o salto que houve diante deste tratamento de imagens, o que antes se mantinha como imagens de borda quadrada, com um padrão de poucas cores e sem intensidade, na edição n. 37, que apresenta a matéria de capa *O futuro das bolsas*, as mudanças assumem grandes proporções: na intensidade da escala de cores nas imagens e no fundo, o trabalho com sombras produzindo imagem com profundidade, contraste... Sem dúvida há mais investimento no objeto editorial – as cores, por exemplo, encarecem o processo de impressão, assim como os respiros demandam mais páginas para disposição da massa de textos. A dimensão comunicacional do informativo se avoluma. Isso é um dado importante em termos de ethos discursivo: se consideramos que, nos objetos editoriais comunicacionais, a produção de um ethos é sua razão de ser (SALGADO, 2016), é possível afirmar que nesta altura o informativo passa a assumir aspectos que estão para além da documentação de informação fria típica de uma cena englobante jornalística, dedicando-se à elaboração de um modo de dizer que visa a uma incorporação de um público (MAINGUENEAU, 2008b).

No ano seguinte, mais especificamente na edição n. 43, lançada em junho de 1999, o logo ganha a cor vermelha sob o fundo da palavra *Notícias* que permanece assim até a edição n. 45. Dessa edição para a edição n. 46, há novamente uma alteração de cores no logo, onde *FAPESP* recebe a cor vermelho e *Notícias* recebe um enquadramento em tom de branco.



**Figura 16** Capas das edições n. 45 (ago. 1999), n. 46 (set. 1999) e n. 47 (out. 1999).  
Fonte: elaboração própria.

As mudanças operadas nos informativos dão visibilidade às construções realizadas pelo corpo editorial no próprio objeto, sobretudo põem em relevo aspectos de importantes acontecimentos institucionais, como é o caso que vem a seguir. Da edição n. 46 para a edição n. 47, de outubro de 1999, o objeto editorial passa por uma importante etapa dessa transformação paulatina: a transição do boletim *Notícias FAPESP* para o formato de revista, o que ocasiona uma mudança no logo todo: tamanho, fonte, posição, cor e, sobretudo, nome.



**Figura 17** Transição do boletim “Notícias FAPESP” para *Pesquisa FAPESP*.  
Fonte: elaboração própria.

Passando a se chamar *Pesquisa FAPESP*, como é conhecida até hoje, as mudanças realizadas no material institucional – mais especificamente há uma mudança de mídiuim: a transição do informativo à revista é uma transição da produção de um informativo institucional para a construção de uma ideia de “pesquisa”, que se volta para uma transformação da própria Fundação, que aí se publiciza como adjetivação, qualificando a pesquisa – *Pesquisa FAPESP*. “FAPESP” figura, daí em diante, como uma marca. É uma estratégia comunicacional de branding, construção de marca, cujo principal objetivo é a produção de ethos, de uma “imagem de si”.

Isso têm relação com mudanças de conteúdo: do início do boletim até sua transição a revista, descrita na Introdução do presente trabalho, notamos que o nome da Fundação passa a se posicionar acima de *Pesquisa* sobre um quadro mais escuro que dá destaque ao logo, o qual ganha um anel e uma esfera vermelha sobre o “i” de *Pesquisa*, o que sugere a órbita de um planeta ou de um elétron, aspectos que vão se manter até a edição n. 65 de junho de 2001, e nos fazem tomá-lo como um elemento cenográfico que participa dos atributos da divulgação científica que a revista produz. Neste caso, dando ênfase a pesquisas voltadas às ciências, ligadas às dinâmicas atômicas – um imaginário consolidado nos anos 1990 que figura em diversos logos de instituições ligadas à produção *high-tech* (é o caso, por exemplo, da Universidade Federal de São Carlos).



**Figura 18** Primeira revista *Pesquisa FAPESP* publicada (n. 47, out. 1999).  
Fonte: site revista *Pesquisa FAPESP*.

Outra mudança que nos chama a atenção ocorreu na edição n. 66, onde o termo *Fapesp* fica posicionado abaixo da palavra *Pesquisa*, a qual ganha destaque e toma toda a parte superior da capa, consolidando o objeto fundamental da revista – a pesquisa – e a posição de qualificador do selo FAPESP. Não é mais um explícito informativo da Fundação, mas um objeto editorial avalizado por ela.



**Figura 19** Capa da edição n. 66 (jul. 2001).  
Fonte: site revista *Pesquisa FAPESP*.

Essa mesma modificação permanece até a edição n. 83, pois, em fevereiro de 2003, a edição seguinte vem apresentada com slogan acima do logo *Pesquisa FAPESP*: “Ciência e Tecnologia **no Brasil**”, momento em que o país assumia forte relação com a ideia de federação, isto é, de um conjunto de entes federados, numa política de sinergia que produziu mudanças significativas efetivadoras de um *sistema* de ensino superior federal<sup>36</sup> e nos programas de incentivo à pesquisa<sup>37</sup>, este slogan vai permanecer até a edição n. 176, em outubro de 2010.

<sup>36</sup> Como é o *Sistema de Seleção Unificada (SISU)* e o *Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni)*, instituídos pelo Ministério da Educação com o objetivo principal de ampliar o acesso e a permanência na educação superior em janeiro de 2010 e abril de 2007, respectivamente.

<sup>37</sup> Por exemplo, o programa *Ciência sem fronteiras* “que busca promover a consolidação, expansão e internacionalização da ciência e tecnologia, da inovação e da competitividade brasileira por meio do intercâmbio e da mobilidade internacional” (<http://cienciasemfronteiras.gov.br/web/csf/o-programa>).



**Figura 20** Capas da revista *Pesquisa FAPESP* edições n. 83 (jan. 2003) e n. 84 (fev. 2003).  
 Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Os elementos descritos anteriormente sobre a construção, a reformulação e a inserção do logo e dos slogans empregados nas capas são exemplos de elementos cenográficos que nos permitem discutir o próprio quadro cênico no qual se constrói a marca da *Pesquisa FAPESP*. A simples troca de posição de termos que abre espaço a um slogan em consonância com um momento político de forte investimento em uma nova posição brasileira no universo da produção científica – “Ciência e Tecnologia no Brasil” – mostra a direção em que a revista caminha, neste caso, em consonância com as diretrizes de um governo que busca investir em C&T no Brasil<sup>38</sup>. É possível dizer que a revista assume uma posição em escala nacional, referindo-se ao Brasil a partir desse período (e assim permanece de fevereiro de 2003 a outubro de 2010).

Existem, portanto, elementos que vão validar o modo como o quadro cênico está sendo construído, partindo-se das cenas que o asseguram, a genérica – formalização textual em que este tipo de discurso se materializa – e a englobante – o tipo de discurso, no nosso caso híbrido por definição, que configura o jornalístico científico, em que jornalistas e cientistas, com suas vozes imbricadas, como vimos, são os formadores das verdades que se organizam num funcionamento constituinte. Consideramos, assim, que a cena englobante

<sup>38</sup> Ver, entre outros, o Plano Plurianual 2004-2007: relatório anual de avaliação: ano base 2005/exercício 2006 - Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

do discurso científico “encarna” nesse dispositivo comunicacional, no qual as cenas genéricas tipicamente jornalísticas (editorial, reportagem, relato, peças publicitárias, infográficos etc.) visam à divulgação do que se designa por “ciência” na revista *Pesquisa FAPESP*, assumindo cenografias das quais emerge o mundo ético da instituição que o produz, a matriz de sociabilidade que dá direção a esse vetor de sensibilidade. Posto isso, tomamos as cenografias mais recorrentes encontradas na revista durante o processo de descrição das edições como caminho para investigar este discurso, fundamentado, segundo a entendemos, no mundo ético da Fundação.

Neste sentido, de todo o corpúsculo constituído, selecionamos três conjuntos de dados proeminentes na revista para analisar, que são as cenografias mais recorrentes observadas na divulgação: o primeiro se constitui de peças publicitárias presentes na revista que publicizam ela mesma, o segundo sobre as áreas do conhecimento, no modo como a revista realiza sua divulgação com relação às ciências exatas, biológicas e as humanidades, e terceiro, as cenas construídas na revista para divulgar sua transparência, isto é, dados e informações sobre a Fundação FAPESP. Nesse último conjunto, observa-se o uso que a Fundação faz da revista para apresentar sua gestão. Esses três pontos analisados configuram o modo como a revista *Pesquisa FAPESP* realiza, em sua divulgação científica, e permite delimitar o sentido de “ciência”, ou ainda, “ciência brasileira”, sempre com valor remissivo à própria instituição, que se publiciza ao publicizar os sentidos atribuídos a esses termos.

Para nossa descrição cenográfica, tomaremos o quadro cênico das textualizações formado pela associação da cena englobante e da cena genérica, onde a primeira configura o tipo de discurso e a segunda se associa aos gêneros do discurso que vamos analisar, enquanto que a cenografia, como vimos, “desenvolve-se no curso da textualização, estabelecendo progressivamente seu próprio dispositivo de enunciação, procurando, em seu desenrolar, tornar-se convincente, instituindo a cena enunciativa que lhe dá legitimidade dentro das coerções englobantes e genéricas” (Maingueneau, 2004, p. 49). Como foi dito, a cena englobante em questão é híbrida: realiza-se por meio do jogo entre o discurso jornalístico e o científico. No que diz respeito às cenas genéricas, levaremos em conta cenas distintas: peças publicitárias, matérias de capas, reportagens, gráficos e tabelas, considerando que, numa revista, é a reunião delas que forma o quadro cênico.

Apresentaremos, portanto, a análise de três pontos distintos, com vistas a dar visibilidade ao que se reiterou no material observado em tabela: **Publicidades** refere-se às

peças publicitárias veiculadas na revista *Pesquisa FAPESP* sobre ela mesma; **Marginália Científica**, no qual apresentaremos características cenográficas da divulgação científica realizadas na revista com relação às áreas do conhecimento, sobretudo, com relação às áreas que estão à margem da divulgação, ou seja, são áreas que são divulgadas na revista em menor número de reportagens e seções; **Gestão FAPESP**, as cenografias que se configuram na divulgação quando se trata de publicar na revista parte da gestão da Fundação FAPESP. Posto isso, apresentaremos em cada um dos subtítulos as cenografias que se constituem na revista nesses três conjuntos, que, assim, configuram a “ciência” apresentada no discurso da revista *Pesquisa FAPESP*.

### **3.1 PUBLICIDADES: A PROPAGANDA DA REVISTA PESQUISA FAPESP NA REVISTA PESQUISA FAPESP**

Com o propósito de compreender o que é “ciência” no discurso da revista *Pesquisa FAPESP*, buscamos analisar as cenografias mais recorrentes e emblemáticas encontradas no processo de descrição realizado na tabela *Córpus Pesquisa FAPESP*. Conseguimos, dessa forma, acompanhar o surgimento das primeiras publicidades e principalmente das peças publicitárias veiculadas na revista sobre ela mesma, ou seja, se trata de peças publicitárias presentes na divulgação da própria revista *Pesquisa FAPESP* destinadas aos leitores da própria revista *Pesquisa FAPESP*. Neste sentido, fizemos anotações das principais peças que foram aparecendo durante a descrição das edições, mês a mês, buscando analisar como essa cenografia está inscrita no mídiun, uma vez que estamos lidando com uma cena genérica de propaganda em uma cena englobante híbrida, onde se misturam o discurso jornalístico com o científico. Durante esse processo de descrição, conforme fomos encontrando peças publicitárias da própria revista, marcamos nas colunas *seções*, *observações* e *tags* o título **Propaganda Pesquisa FAPESP**, delimitando, dessa forma, quais edições apresentavam algum tipo de propaganda e o tipo de slogan que aparecia na publicidade. Identificamos na coluna *observações*, por exemplo:

Edição	Capas	Seção	Observações	TAGs	TAGs2	TAGs3
227	O alerta das serpentes	Política C&T e Propaganda	Política C&T: Afinidades cultivadas. <b>Produção científica:</b> Socio internacionaliza coleção. <b>Educação:</b> Ponte com ciência. <b>Propaganda:</b> O que a ciência brasileira produz você encontra aqui (Com capas da moda)	Socio	Propaganda Pesquisa FAPESP	
228	Nascidos antes do tempo	Dados e Projetos, Política C&T	<b>Dados e Projetos:</b> Ciência de Imparot(USP em primeiro lugar) <b>Política C&amp;T:</b> <b>Ciência</b> ao alcance das massas (Os cientistas). <b>Propaganda:</b> o que a ciência brasileira produz você encontra aqui	Propaganda Pesquisa FAPESP	DADOS	
229	Para estudar os mortos e ajudar os vivos	Política C&T e Propaganda	<b>Difusão:</b> Ciência da reitinha. <b>Propaganda:</b> O que a ciência brasileira produz você encontra aqui.	Propaganda Pesquisa FAPESP		
230	A identidade da língua portuguesa no Brasil	Propaganda, Política C&T,	<b>Propaganda:</b> O que a ciência brasileira produz você encontra aqui. <b>Política C&amp;T: Gênero - A</b> força dos estereótipos - trajetórias de homens e mulheres na ciência. <b>Sociedade:</b> Apoio à atividade científica - <b>Como os paulistas vêem a ciência.</b>	CHTT(Capa)	Mulheres	Propaganda Pesquisa FAPESP
231	Universo expandido	Propaganda	<b>Propaganda:</b> O que a ciência brasileira produz você encontra aqui.	Propaganda Pesquisa FAPESP		
232	Dengue	Propaganda, Política C&T,	<b>Chamada:</b> PIPE. <b>Política C&amp;T:</b> Esforço fragmentado de infraestrutura de pesquisa no país <b>é fruto de investimentos recentes!</b> <b>Propaganda:</b> O que a ciência brasileira produz você encontra aqui <b>Usei no projeto.</b>	Propaganda Pesquisa FAPESP		
233	Integridade na ciência	Política C&T	<b>política C&amp;T:</b> Cientometria-Registros valiosos - Estudos sobre a ciência no país revelam tendência Indicadores: Ciência em movimento <b>Propaganda:</b> Igual a revista anterior.	CAPA	Propaganda Pesquisa FAPESP	
234	Tecnologia no ar	Propaganda, Carta da Editora, Política C&T, Humanidades	<b>Propaganda:</b> O que a ciência brasileira produz você encontra aqui. <b>Carta da Editora:</b> Universidades e Empresas: <b>Política C&amp;T:</b> Ciência sobre rodas. <b>Indicadores:</b> Apoio demonstrado <b>Relatório 2014. Inovação:</b> Interação produtiva - Conexão entre Universidades e empresas - <b>Países</b> <b>com mais patentes - Universidades influentes!</b> (USP em primeiro lugar). <b>Humanidades:</b> Reportar a <b>Propaganda:</b> O que a ciência brasileira produz você encontra aqui <b>Carta da Editora:</b> Financiamento à pesquisa.	Relatório FAPESP	Patentes	Empresas
235	Luz	Carta da Editora		Propaganda Pesquisa FAPESP		
236	O medo do estrangeiro	Política C&T	<b>Política C&amp;T:</b> Com ajuda da Ciência.			
237	Segredos do DNA	Propaganda, DADOS&PROJETOS, Políticas C&T, Carreira	<b>Propaganda:</b> O que a ciência brasileira produz você encontra aqui. <b>DADOS&amp;PROJETOS:</b> colaboração internacional (relacionar com palestra de Bitot) <b>Políticas C&amp;T:</b> O DNA da inovação nas metrópoles - universidades influenciam a economia (relacionar com palestra de Bitot); <b>Carreira:</b> Universidades que mais formam empreendedores.	Empresas	DADOS	Propaganda Pesquisa FAPESP
238	Quando a Amazônia seca	Dados e Projetos, Política C&T	<b>Dados e Projetos:</b> Patentes concedidas no Brasil. <b>Política C&amp;T:</b> Recursos Humanos - As chances das mulheres na universidade.	Patentes	Mulheres	DADOS
239	As estrelas da inovação	Dados e projetos, Capa, Política C&T, Propaganda	<b>Dados e projetos:</b> pedidos de financiamento por áreas do conhecimento - <b>Ciência da saúde e</b> <b>ciências biológicas lideram.</b> Capa: O sangue novo da inovação - Start ups ganham reconhecimento. Empresa gerada na universidade. <b>Política C&amp;T:</b> Soluções da ciência - caminhos para superar desafios em áreas como saúde, energia e ambiente. <b>Propaganda:</b> o que a ciência brasileira produz você encontra aqui (igual a ed. anterior). <b>Propaganda do MCTIC</b>	Empresas	DADOS	Propaganda Pesquisa FAPESP
240		Propaganda, Dados e Projetos, Política de C&T,	<b>Propaganda:</b> O que a ciência brasileira produz você encontra aqui. <b>Dados e Projetos:</b> Esforço estadual em P&D <b>(por estado no Brasil).</b> Chamada: Fapesp oferece recursos para Pesquisa em Pequenas Empresas em São Paulo - PIPE. <b>Política de C&amp;T:</b> Arcabouço atualizado <b>(Lei de</b>	DADOS	Propaganda Pesquisa FAPESP	

Figura 21 Screenshot da tabela *Córpus Pesquisa FAPESP*.  
Fonte: elaboração própria.

Ao final do preenchimento da tabela, percebemos que as peças publicitárias estavam, de um modo geral, segmentadas em dois tipos distintos de propagandas: umas para **assinantes** – de modo que essas peças publicitárias vinham marcadas com a palavra “Assine” ou “Para quem lê e assina”, e outras para **anunciantes** – com a marca de “Anuncie” ou “Para quem anuncia”.

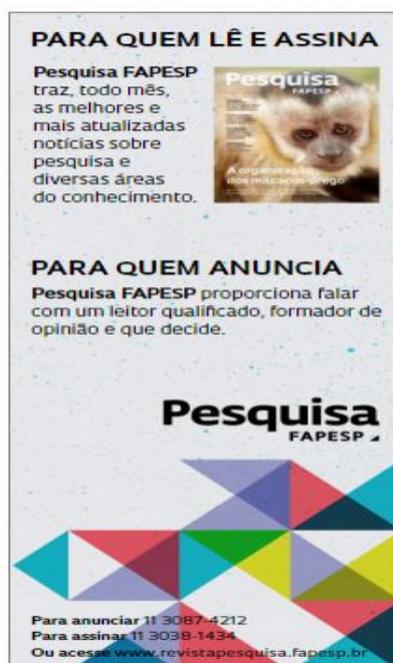


Figura 22 Publicidade da revista *Pesquisa FAPESP* (edição n. 197).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

A figura acima refere-se a uma das peças publicitárias divulgadas na revista *Pesquisa FAPESP* projetando dois tipos distintos de leitores: “Para quem lê e assina” e “Para quem anuncia”, instituem, portanto, dois tipos diferentes de interlocutores, que, entretanto, estão ambos projetados na mesma peça, configuram, portanto, duas faces de um mesmo público: estão entre seus leitores os potenciais anunciantes, o que se verifica inclusive na propaganda de máquinas e insumos para pesquisa laboratorial, por exemplo, ou, mais recentemente, na propaganda de cursos e palestras em grandes centros de convenções ou de agências de viagem – pesquisadores desenvolvem máquinas e as compram das instâncias que as patentearam, vão a grandes eventos de projeção na comunidade, viajam.

São elaborados dois enunciados diferentes, o primeiro – para aqueles que leem, apresentam a periodicidade com que a revista é publicada – “todo mês”, o tipo de notícias divulgadas sobre pesquisas científicas - “as melhores e mais atualizadas” e a cobertura planejada “diversas áreas do conhecimento”. Dessa forma, leva-se em conta um leitor que pretende ter acesso às notícias sobre pesquisas e diferentes áreas do conhecimento, contudo, não se sabe a que estão se referindo ao dizer “melhores e mais atualizadas”, são notícias de onde? Melhores em relação a quê? Quais áreas especificamente? Interessante notar que se fala em “pesquisa e diversas áreas do conhecimento”, ou seja, noticia-se a pesquisa e outras coisas de diversas áreas, não se trata de pesquisa *em* diversas áreas, por exemplo. Pode-se inferir que há, de um lado, a pesquisa, de outro, conhecimentos de diversas áreas que não são propriamente pesquisa. Enquanto o segundo enunciado, “para quem anuncia”, dedica-se a definir quem é seu leitor projetado: “qualificado, formador de opinião e que decide”, projeção a qual não esclarece ao certo quem é esse leitor em termos empíricos, que lugares pragmáticos ocupa, são os leitores a quem se falou no enunciado acima, que se atualizam com a revista e, por isso, porque se atualizam ou se interessam por seus conteúdos, são tão potentes: decidem e fazem decidir. A circunscrição desse poder é pesquisa e o conhecimento, o “mundo científico”, uma vez que, se a revista divulga pesquisas científicas e notícias do meio acadêmico, um leitor qualificado só pode ser um pesquisador, um professor ou alguém que esteja inserido na comunidade acadêmica como administrador, por exemplo. Dessa forma, com esse tipo de peça publicitária, consideramos que são feitas atribuições de sentidos tanto ao leitor quando à própria revista, que assim delinea sua comunidade de circulação. Observamos que há um leitor projetado, sobretudo que se apresenta como um leitor ativo e altivo - “que decide”, que não é inerte; é um leitor

*formado* - “qualificado”, que possui títulos e que sobretudo trata-se de um leitor que é multiplicador, um “formador de opinião”; já sobre a revista, trata-se de uma cobertura especializada no sentido de as notícias serem “as melhores e mais atualizadas”, contudo, não se define ao certo o tipo de “pesquisa” e muito menos quais “áreas do conhecimento” são divulgadas – o que deve ser depreendido do conjunto de textos publicados. Assim, as reportagens divulgadas na revista *Pesquisa FAPESP* com resultados de pesquisas financiadas com recursos da própria Fundação FAPESP também são uma forma de publicizar seus próprios produtos, os envolvidos nessa produção.

Divulgadas em boa parte das edições, as peças publicitárias que dialogam diretamente com os interlocutores da revista *Pesquisa FAPESP* mostram a relação existente entre o material e o institucional (Fundação FAPESP). Neste sentido, fomos à busca das primeiras peças e localizamos na 75ª edição, publicada em maio de 2002, a primeira propaganda, que é veiculada como uma chamada para anunciar num momento de celebração da edição especial de 40 anos da FAPESP.

## Anuncie na edição especial FAPESP 40 anos

Em 23 de maio, a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo-FAPESP fará 40 anos. E tem muito a comemorar: são quatro décadas de apoio permanente à produção do conhecimento no Estado de São Paulo, à sua pesquisa científica e tecnológica. Trata-se de investimento que vem gerando inestimável riqueza material e cultural para o país e contribuindo para conferir à ciência brasileira a maturidade e o vigor com que hoje ela se apresenta ao mundo.

Pesquisa FAPESP vai contar numa edição especial os fatos científicos, tecnológicos e políticos mais marcantes desses 40 anos de vida da FAPESP e falar de planos que sintetizam uma aposta audaciosa no futuro.



Participe também dessa história de realização do futuro, anunciando na edição especial de Pesquisa FAPESP.

A edição especial será lançada na festa dos 40 anos e circulará com a edição de junho da revista.

Reserva: 10/5 Material: 15/5 Circulação: 1/6  
Para anunciar, ligue: (0xx11) 3167-7770 ramal 255  
ou contate [rscola@eanm.com.br](mailto:rscola@eanm.com.br)



**Figura 23** Convocação de anunciantes para a “realização do futuro” (edição n. 75, maio 2002).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Nela, a revista expõe ao anunciante o apoio que a Fundação concede: “apoio permanente à produção do conhecimento no Estado de São Paulo, à sua pesquisa científica e tecnológica”, e os resultados que este apoio promove: “Trata-se de investimento que vem gerando inestimável riqueza material e cultural para o país e contribuindo para conferir à *ciência brasileira* a maturidade e o vigor com que hoje ela se apresenta ao mundo”. Como uma forma de vender seu produto, a publicidade apresenta as vantagens do material que se publiciza, mostrando seus atributos que, neste caso, têm a ver com uma importante Fundação que já está em atividade há 40 anos, que investe em pesquisas no estado de São Paulo, as quais geram, segundo seus termos, importantes resultados para o país, firmando uma posição no mundo. Dessa forma, tem-se a Fundação como *fiadora* da revista, que dá garantias e atribui valor a este objeto editorial que realiza divulgação científica sob os parâmetros da FAPESP. Além disso, mostra-se em “Pesquisa FAPESP vai contar numa edição especial os fatos científicos, tecnológicos e políticos mais marcantes desses 40 anos

de vida da FAPESP...” o modo como o mídiu se incorpora à figuração da Fundação, na medida em que se abre para a divulgação desta *matriz de sociabilidade* sua “biografia”, de certo modo, que vem estabelecendo condutas que, segundo ela mesma, marcaram a história. Ainda, aponta para sua potência ao tratar do que virá, ao “falar de planos que sintetizam uma aposta audaciosa no futuro”, profeticamente. O convite é para que o anunciante construa o futuro junto com a FAPESP, um apelo de quem se põe como estando na dianteira dos processos históricos.

Direcionada a quem anuncia – “Anuncie” – a peça publicitária apropria-se, portanto, de um fiador que é a própria Fundação FAPESP, também uma marca, como vimos, e que se põe como uma autoridade estabelecida nessas “quatro décadas de apoio permanente à produção do conhecimento no Estado de São Paulo” no âmbito da “pesquisa científica e tecnológica” – são *quatro décadas* de apoio *permanente*, um “investimento que vem gerando inestimável riqueza material e cultural para o país e contribuindo para conferir à *ciência brasileira* a maturidade e o vigor com que hoje ela se apresenta ao mundo” – *inestimável riqueza, maturidade e vigor* qualificam a contribuição da Fundação para a ciência brasileira, qualificadores que funcionam como argumentos comprovados por meio das matérias de capa, à direita, que apresentam fatos como, por exemplo *Clonagem, Nanochips do futuro*, ... pesquisas com tecnologia de ponta do período, com as quais se configura o papel que esse vetor de sensibilidade exerce em relação à Fundação, a ligação de ambos: “Pesquisa FAPESP vai contar numa edição especial os fatos científicos, tecnológicos e políticos mais marcantes desses 40 anos de vida da FAPESP e falar de planos que sintetizam uma aposta audaciosa no futuro.”.

Neste sentido, é possível verificar a relação da Fundação com a revista, como uma se liga à outra, e como os investimentos da Fundação estão sendo apresentados como grandes feitos ao seu interlocutor, que, neste caso, é o potencial anunciante. Em todo caso, a publicidade está na revista, aberta aos outros leitores que, se não anunciam, veem os termos do convite feito aos anunciantes. E importa dizer, ainda, que aí se assume também o caráter comercial da publicação que, ao fazer divulgação científica, também faz trocas nas quais o vendedor de espaço é a revista.

Nas peças publicitárias seguintes, retiradas das edições n. 77 e n. 78 de 2002, há dois slogans diferentes, “A ciência brasileira está fazendo história” destinada aos *assinantes* e “Fale com a inteligência do país” destinada aos *anunciantes*.



**Figura 24** Publicidades da *Pesquisa FAPESP* retiradas da própria revista na edição n. 77 (jul. 2002).  
 Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Voltada para os leitores *assinantes*, que segundo a própria revista são aqueles que leem, a peça publicitária publicada na edição n. 77 apresenta o slogan “a ciência brasileira está fazendo história”, que vai retomar a peça publicitária analisada anteriormente na edição n. 75 em “FAPESP 40 anos” com algumas matérias de capa que vão se reiterar nesta peça, na medida em que novos complementos vêm marcar o momento histórico da “ciência brasileira” através das matérias de capa que estão em volta do slogan – *A descoberta da América*, *Os ancestrais dos mamíferos*, *Os atalhos do medo*, *Nanochip do futuro*, *Hipertensão*, *Erro de programação*, *Os caminhos do cérebro*, *Caos e ordem no núcleo do átomo*, *Remédio de veneno*, *A vitória da onça*, *Dieta indigesta* e *Concluído o primeiro genoma de fitopatógeno*; todas são matérias divulgadas na seção *ciência* e que, sobretudo, são voltadas para as áreas do conhecimento de biológicas e exatas, condensando, dessa forma, os marcos históricos com que a “ciência brasileira” divulgada na revista *Pesquisa FAPESP* é representada, e ainda, a retomada de slogans permite

compreender que a “ciência brasileira” é a própria FAPESP, uma vez que esta está fazendo “40 anos” e, segundo a própria publicidade, trata-se de um marco histórico.

Dessa forma, este primeiro slogan, “a ciência brasileira está fazendo história”, é sustentado pelo discurso que coloca o mídiun revista *Pesquisa FAPESP* como suporte do trabalho que a Fundação FAPESP realiza, do mesmo modo que a Fundação assume-se como fiadora da divulgação, garantindo, por meio de um processo de retomada, as pesquisas financiadas pela Fundação, que são, assim, formas de publicizar o trabalho que a Fundação tem feito e as pesquisas financiadas, que, como matérias de capa são aqui referidas como “notícias exclusivas sobre o que é feito de mais avançado nas universidades e institutos de pesquisas do Brasil”. A Fundação é fiadora da revista que assegura a publicização de seu trabalho, contudo a fundação só financia pesquisas no estado de São Paulo.



**Figura 25** Publicidades da *Pesquisa FAPESP* retiradas da própria revista (edição n. 78, ago. 2002).  
 Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

A peça publicitária da edição n. 78, publicada em agosto de 2002, com o slogan “Fale com a inteligência do país”, explicita a existência de um co-enunciador da revista – *a inteligência do país* – entre os quais figura o próprio anunciante potencial, com o apelo “Anuncie”, já que o anúncio é veiculado na própria revista –, é destinada aos anunciantes que desejam falar com a “*inteligência do país*”, a dimensão nacional da circulação da pesquisa financiada no estado de São Paulo é reiterada.

Fica também evidente, nesse enunciado, que falar com a “*inteligência do país*” é algo desejável, é o argumento do apelo, e essa inteligência pode ser acessada através dessa revista – com quem de fato produz ciência, assim, a revista constrói sua própria importância, ao reforçar a ideia de que através dela se pode acessar algo importante, o canal que liga o leitor à FAPESP, ou seja, a “*ciência brasileira*”. Alimenta-se, assim, um ciclo de legitimações.

Outro ponto a ser observado é o terceiro slogan “O passo à frente do conhecimento”, presente em ambas, e que vai ser reiterado com maior destaque nas peças seguintes:



Figura 26 Propaganda reproduzida na edição n. 80 (out. 2002).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

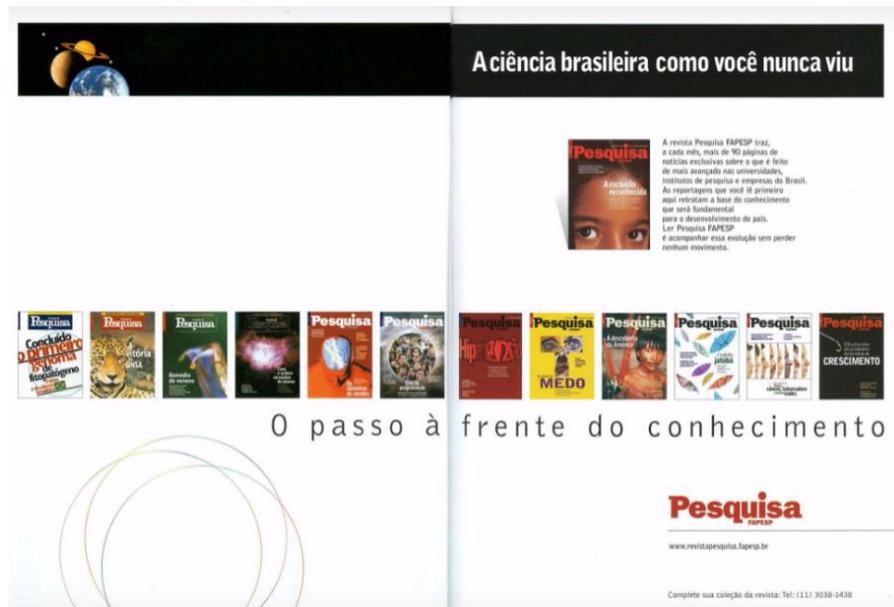


Figura 27 Propaganda reproduzida na edição n. 83 (jan. 2003).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Nas edições 80 e 83, elabora-se uma progressão em que o slogan de outubro de 2002 é retomado na edição de janeiro de 2003 em um jogo de recuo e projeção: enquanto a primeira exhibe como slogan principal “Fale com a inteligência do país” e, em segundo

plano, “A ciência brasileira como você nunca viu”; na segunda, é feito um jogo de retomada do slogan “A ciência brasileira como você nunca viu”, que se torna principal e, em segundo plano, acresce-se “O passo à frente do conhecimento”, e assim se cria uma nova palavra de ordem, como se a revista estivesse associada aos acontecimentos que estão por vir, a uma profecia sobre a produção científica, antes se punha relevo a construção de uma interlocução qualificada, a “inteligência do país” (instaurada neste objeto editorial), no novo slogan o destaque é o espaço-tempo de que a publicação se põe como capaz de gerir: “o passo à frente do conhecimento”, antes mesmo de ser conhecimento, a revista já aponta para o que será. Podemos depreender dessas peças publicitárias o modo como os anúncios vão sendo construídos, em suma: apontam-se o avanço e a relevância da revista sobre a “produção científica brasileira” de par com números significativos sobre a mesma. Na edição 80, podemos observar “As reportagens exclusivas sobre as pesquisas mais avançadas de ciência e tecnologia brasileira, publicadas pela revista *Pesquisa FAPESP*, são lidas por pesquisadores professores, estudantes de pós-graduação, parlamentares, empresários...”, o que remete à “inteligência do país” e estende o público para além dos beneficiários diretos dos financiamentos, e “São 47 mil exemplares mensais que ajudam a formar opinião sobre o que realmente importa para o desenvolvimento do país”, enquanto na edição 83 lê-se que “A revista *Pesquisa FAPESP* traz, a cada mês, mais de 90 páginas de notícias exclusivas sobre o que é feito de mais avançado nas universidades, institutos de pesquisa e empresas do Brasil”, o que supõe que a revista passa a noticiar a produção do conhecimento realizada fora do estado de São Paulo também, e “As reportagens que você lê primeiro aqui retratam a base do conhecimento que será fundamental para o desenvolvimento do país”, retomando-se a característica de vanguarda: o que será fundamental já está documentado nela.

Em síntese, as peças publicitárias apresentadas, além de ratificarem seus slogans por meio de matérias de capa que, em volta do slogan, são uma forma de comprovar a validade de seus bordões, mostrando os trabalhos publicados, trazem termos de importância designados por *exclusividade*, *avanço*, *inaugural*, termos que apontam para um cenário único, assim como ela própria diz em *Quem Somos* em “única publicação jornalística do país especializada no segmento de ciência e tecnologia”, exclusivo da revista *Pesquisa FAPESP*, como se esse objeto editorial fosse portador das informações da fonte, onde se produz uma “ciência” única, a única do país, que está à frente de qualquer conhecimento; ele tem “exclusividade” e, sobretudo, faz divulgação de uma ciência que é

“formadora de opinião” e que se mostra “à frente” do que vem sendo produzido, esta “produção científica brasileira” está homologada com algo além do *conhecimento* (“um passo à frente”), que produz o mundo que virá.

Nas peças estudadas até aqui, também podemos considerar que nesses exemplares figuram “pesquisas de tendência”, mostrando em cada capa os assuntos “mais populares do momento”, como podemos ver nas matérias de capa que se distribuem em torno dos slogans: *Concluído o primeiro genoma*, *Clonagem*, *Nanochips do futuro*, *Hipertensão*, *Os caminhos do cérebro*, *Erro de programação* etc. Esse modo de se publicizar, mostrando as capas publicadas, acaba se tornando uma vitrine do que a revista cobre em sua divulgação (ou diz que cobre)<sup>39</sup>, mostrando para os diversos leitores projetados os principais temas que estão em voga, ou mesmo criando a própria voga com sua força institucional, através da sua capacidade vetorial, na medida em que destaca suas matérias de capa ao redor do slogan, sensibilizando para uma dada direção de entendimento do que seja “ciência” neste objeto.

A partir de 2003, começamos a observar a recorrência do slogan “O que a ciência brasileira produz, você encontra aqui”, como nas peças publicitárias seguintes, a começar pela edição n. 87:

---

<sup>39</sup> No próximo item deste capítulo 2. *Marginália Científica* mostraremos a desigualdade na divulgação científica por área de conhecimento realizado na revista *Pesquisa FAPESP*, inclusive, a partir das matérias de capa divulgadas na revista.



As reportagens de **Pesquisa FAPESP** retratam a construção do conhecimento que será fundamental para o desenvolvimento do país. Acompanhe essa evolução sem perder nenhum movimento.

■ **Números atrasados**

Preço atual de capa da revista acrescido do valor de postagem.  
Tel. (11) 3038-1438

■ **Assinaturas, renovação e mudança de endereço**

Ligue: (11) 3038-1434  
Mande um fax: (11) 3038-1418  
Ou envie um e-mail:  
fapesp@teletarget.com.br

■ **Opiniões ou sugestões**

Envie cartas para a redação de **Pesquisa FAPESP**  
Rua Pio XI, 1.500  
São Paulo, SP  
05468-901  
pelo fax (11) 3838-4181  
ou pelo e-mail:  
cartas@fapesp.br

■ **Para anunciar**

Ligue para:  
Nominal Propaganda  
e Representação: tel. 5573-3095

■ **Site da revista**

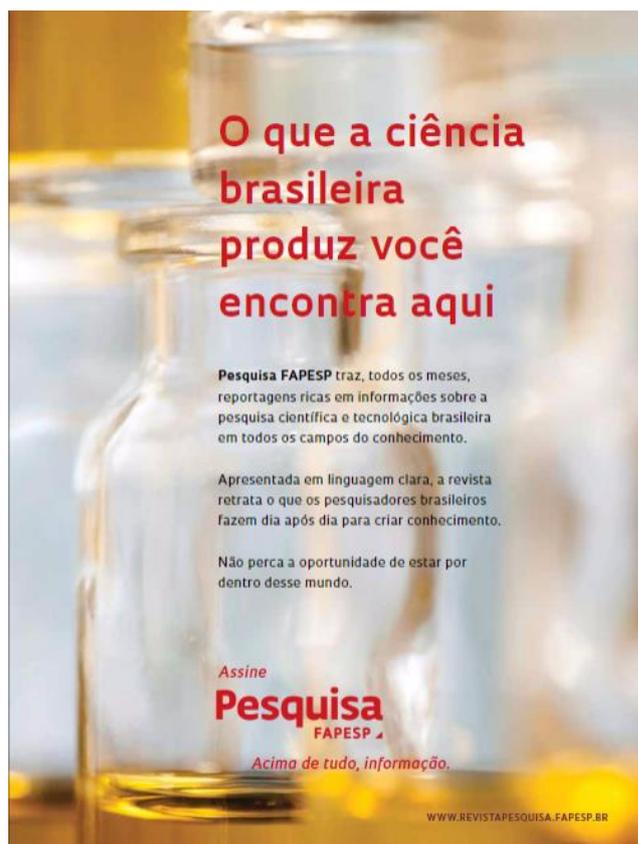
No endereço eletrônico [www.revistapesquisa.fapesp.br](http://www.revistapesquisa.fapesp.br) você encontra todos os textos de **Pesquisa FAPESP** na íntegra e um arquivo com todas as edições da revista, incluindo os suplementos especiais. No site também estão disponíveis as reportagens em inglês e espanhol.



**Figura 28** Peça publicitária retirada da edição n. 87, lançada em maio de 2003.  
Fonte: elaboração própria.

A peça apresenta-se com o mesmo texto o qual destaca a importância de suas reportagens e o modo como isso influencia o país: “As reportagens de Pesquisa FAPESP retratam a construção do conhecimento que será fundamental para o desenvolvimento do país”, além de chamar seu leitor a acompanhar a evolução da ciência brasileira através de suas publicações - “Acompanhe essa evolução sem perder nenhum movimento” –, garante a aquisição dos “Números atrasados”, “Assinatura, renovação e mudança de endereço”, a dar “opiniões e sugestões”, ter acesso a “todas as edições da revista, incluindo os suplementos especiais”, o que é publicado pelo “Site da revista”, assim como está aberta aos que desejam anunciar nesse importante mídiom mantido pela FAPESP - “para anunciar”.

Na edição 233, por exemplo, publicada em julho de 2015, retoma-se o slogan “O que a ciência brasileira produz você encontra aqui”:



**Figura 29** Propaganda reproduzida da edição n. 233 (jul. 2015).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

De modo contundente, alega-se que a revista concentra *a produção científica brasileira* (toda ela? como sugere o artigo definido?) mostrando seu amplo alcance, que, segundo esse slogan, cobre “todos os campos do conhecimento” e “retrata o que os pesquisadores brasileiros fazem dia após dia...” É minuciosa e extensiva sua cobertura. E, nesse trabalho detalhado e abrangente, homologa o termo “mundo”, em “Não perca a oportunidade de estar por dentro deste mundo”, com a produção científica nacional, lugar de pertença em que o *leitor assinante* (“Assine”) pode se inscrever. Além disso, há que levar em conta um novo elemento, “o passo à frente do conhecimento” inserido logo abaixo do nome *Pesquisa FAPESP* é substituído por “Acima de tudo, informação”, o qual busca apresentá-la como um objeto superior à opinião, traço típico do discurso científico, que se põe como neutro e objetivo.

Seguindo o mesmo slogan das peças publicitárias analisadas anteriormente, os exemplos de peças inseridos abaixo marcam, na atualidade, uma nova construção do que a revista tem publicado como propaganda para a própria revista.



**Figura 30** Exemplos de publicidades na revista sobre a própria revista, dirigidas aos leitores. Da esquerda para a direita, respectivamente: edições n. 235 (set. 2015), n. 236 (out. 2015), n. 237 (nov. 2015), n. 240 (fev. 2016), n. 242 (abr. 2016), n. 246 (ago. 2016), n. 249 (nov. 2016) e n. 251 (jan. 2017).  
Fonte: elaboração própria.

Retirados de diferentes edições, apesar de mostrarem o mesmo slogan “o que a ciência brasileira produz você encontra aqui”, trazem cada qual um importante elemento cenográfico que nos permite relacionar a “ciência brasileira” que é divulgada na imagem não verbal que compõe cada peça publicitária, todas elas voltadas sempre para figurações estereotípicas das áreas de biológicas, nas edições n. 235, n. 242 e n. 251, e química, nas edições n. 236 n. 240, n. 246, n. 249 e n. 251, o que demarca o *ethos mostrado* de “ciência” sempre voltado às áreas laboratoriais, experimentais, que fazem uso de determinados objetos como: pipeta do tipo Pasteur (conta gotas) – (n. 237 e n. 240), luvas – (n. 236), placa de Petri – (n. 236), béquer – (n. 246), proveta – (n. 246), vaso de precipitados – (n. 246), materiais comuns em experimentos, como frutas (laranjas) – (n. 235), insetos (abelhas) – (n. 251) e cortes de estruturas (interna da árvore) – (n. 242), elementos comuns às ciências duras, nas quais se funda o discurso científico de uma ciência precisa, neutra, objetiva, “Acima de tudo, informação”, como vimos anteriormente. Dessa forma, pudemos relacionar o slogan com as imagens a ele vinculadas, as quais fazem emergir um estereótipo de cientista: aquele que trabalha em um laboratório de

experimentos físicos e químicos, que busca um cálculo exato e observações “do real neutro” e que faz ciência, enfim.

A partir de julho de 2017, o mesmo espaço que a revista utilizava para se auto divulgar começa a ganhar novas configurações.



**Figura 31** Peça retirada da edição n. 270 publicada em agosto de 2018.  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Ainda que as imagens veiculadas continuem a evocar elementos de determinadas áreas do conhecimento e algumas matérias de capa que vão legitimar a divulgação realizada como vimos anteriormente, detectamos uma nova adaptação do slogan, que substitui o verbo “produz” por “explora”, “procura”, “descobre”:



**Figura 32** Exemplos de publicidade da revista sobre a própria revista, dirigidas aos leitores. Respectivamente, da esquerda para a direita: edições n. 257 (jul. 2017), n. 259 (set. 2017), n. 262 (dez. 2017), n. 267 (maio 2018), n. 261 (nov. 2017) e n. 266 (abr. 2018).  
 Fonte: elaboração própria.

Todos verbos fundados sobre as práticas de um cientista que realiza pesquisa em laboratórios ou, ainda, não faz referências ao pesquisador que realiza pesquisa sentado, de frente para um computador ou um livro dentro de uma sala. Desse modo, os novos verbos inseridos no slogan também estão direcionados à semântica voltada para experimentos físicos e químicos, mais uma vez voltados para a cena validada de “ciência neutra e exata”, sobretudo a seleção dos verbos indicia um leitor que aprecia descobertas, exploração, ou seja, que a “ciência” pode ser excitante.

Conforme mostramos as cenografias constitutivas das peças publicitárias em que a revista *Pesquisa FAPESP* anuncia ela mesma, podemos entender que este mídiun, “formador de opinião”, é, principalmente, a inscrição material que dá sustentação a uma matriz de sociabilidade, a qual o rege, e que nos permite depreender, através das cenografias, o modo como a Fundação aponta para si mesma e procura representar a “ciência” como construção do conhecimento, principalmente, no modo como, se marca um tipo de “cientista” estereotípico, característicos de cenas publicitárias. Ela “apresentada em linguagem clara,” é a interlocutora exclusiva da “inteligência do país”, apresentando-se aos anunciantes e leitores, que podem ser lugares amalgamados, como vimos, um dispositivo:

- nacional – “O que *a ciência brasileira* produz você encontra aqui”
- neutro – “Acima de tudo, *informação*”
- integrador – “em *todos os campos* do conhecimento”
- certificado – pela instituição fiadora, a FAPESP
- profético – “*Um passo à frente* do conhecimento”

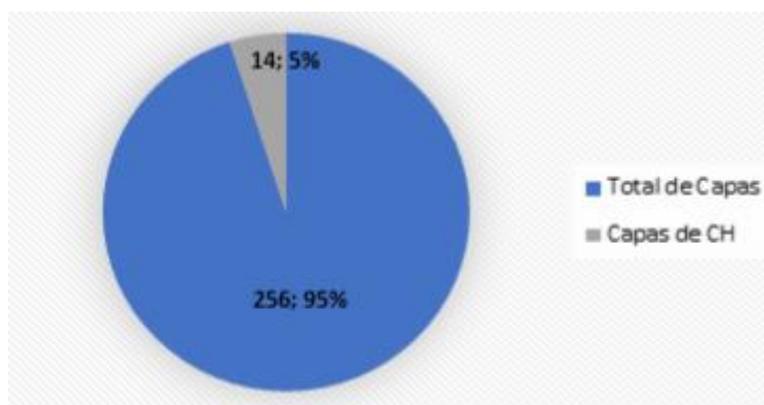
No próximo tópico, analisaremos o modo como as áreas do conhecimento são divulgadas na revista, que diz ter como missão “...noticiar e discutir, de forma precisa, **equilibrada** e acessível, os resultados obtidos em ciência e tecnologia no Brasil, **em todos os campos do conhecimento...**”. Posto isso, analisaremos cenas genéricas distintas: matérias de capa, seções e reportagens.

### **3.2 MARGINÁLIA CIENTÍFICA: CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS À MARGEM DA DIVULGAÇÃO**

Com o propósito de identificar o que é “ciência” no discurso da revista *Pesquisa FAPESP*, com base na tabela *Córpus Pesquisa FAPESP*, na qual descrevemos edição por edição, desde 1995, conseguimos enumerar certas particularidades da divulgação científica que sobretudo estão atreladas ao mundo ético da instituição que lhe dá sustentação e a fiança sua existência.

Durante o processo de descrição, conseguimos realizar uma contagem de todas as capas que apresentaram matérias sobre “ciência” ou “ciência brasileira”, como foi dito. Durante o trabalho de descrição e posterior contagem das capas, chamou-nos a atenção a

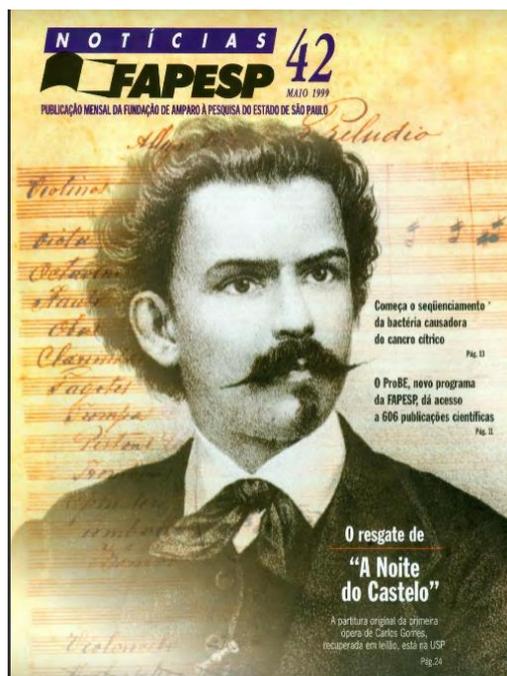
quantidade de matérias de capa destinadas às *humanidades*, conforme se designa a seção da revista destinada às áreas de ciências humanas e sociais, o que nos levou a realizar uma outra contagem entre as 270 edições lançadas até agosto de 2018: apenas 14 matérias de capa foram destinadas às *humanidades*, o que nos mostrou uma discrepância muito alta, cerca de 95% do total são matérias de capas voltadas para biológicas, exatas e agrárias.



**Gráfico 1** Comparação das capas publicadas em relação às capas de humanidades publicadas na *Pesquisa FAPESP*.

Fonte: elaboração própria.

Diante dessa discrepância observada através das matérias de capas, procuramos entender como se instaurou a seção *humanidades*, e identificamos alguns pontos importantes em sua cronologia: encontramos em maio de 1999 a primeira capa publicada sobre *humanidades*, 4 anos após o lançamento do informativo.



**Figura 33** Capa da edição n. 42, lançada em maio de 1999.  
 Fonte: site revista *Pesquisa FAPESP*.

Em seguida, procuramos localizar a primeira matéria publicada na revista que se enquadraria na seção *humanidades*. Para isso, utilizamos o menu disponível no site Pesquisa FAPESP, no qual *Humanidades* é uma aba distinta de *Ciência*, outra aba:



**Figura 34** Screenshot da aba “humanidades” do site *Pesquisa FAPESP*, capturado em 31 de maio de 2018.  
 Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Verificou-se que a publicação mais antiga apresentada na aba *Humanidades* é uma nota lançada na 12ª edição, em agosto de 1996, exatamente um ano após o lançamento do informativo, intitulada “Da iniciação à Bienal”.

## Da iniciação à Bienal

Uma pesquisa realizada no âmbito de uma bolsa de Iniciação Científica, concedida pela FAPESP, resultou, pela primeira vez, em um livro publicado e colocado normalmente no mercado: *Ponto de Vida: Cidadania de Mulheres Faveladas*, de Andrea Paula dos Santos, Edições Loyola, foi lançado durante a 14ª Bienal Internacional do Livro, em São Paulo, no mês de agosto.

A obra é estruturada sobre os depoimentos de seis mulheres pobres, ligadas à "Associação de Mulheres Carolina Maria de Jesus", na periferia do Guanujá, Baixada Santista. Foram relatos obtidos por Andrea, em dezembro de 1992, quando era ainda aluna de graduação na USP e participou de um projeto de pesquisa sobre a escritora favelada Carolina Maria de Jesus (*Quarto de Despejo, Diário de uma favelada*, 1960), coordenado pelos professores José Carlos Sebe Bom Meihy, do Departamento de História da USP e Roberto Levine, da University of Miami. O objetivo dos dois pesquisadores era produzir um livro sobre a escritora carioca, que foi publicado em

*ria de Jesus*. O livro de Andrea pode ser tomado como um novo produto editorial resultante daquele projeto de pesquisa e, segundo o professor Bom Meihy, demonstra que as bolsas de Iniciação Científica "representam, efetivamente, a possibilidade do salto qualitativo na condição de ensino e de pesquisa".

## Comissão da ANSP

A FAPESP instituiu uma comissão para criar o Código de Ética e o Manual de Procedimento de uso da Rede ANSP, tanto relativamente ao universo acadêmico, como para o acesso comercial. A comissão é presidida pelo professor Francisco Romeu Landi, diretor presidente da FAPESP, secretariada pelo professor Hartmut Richard Glaser, gerente da rede, e integrada por representantes das três universidades estaduais paulistas - professores Imre Simon, da USP, Armando Turtelli, da UNICAMP e Gerson Francisco, da UNESP - e um representante do setor privado, doutor Demi Getschko, diretor de tecnologia da Agência Estado. Uma primeira reunião dessa comissão com membros do Comitê Gestor

FAPESP AO DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E tecnológico do Estado. E delas resultaram propostas de novos programas, como o de Auxílio a Projetos Temáticos, Apoio à Infra-Estrutura, Inovação Tecnológica e reservas técnicas associadas a auxílios e bolsas. As reuniões também têm se constituído em ocasião para divulgação, pela FAPESP, de seus procedimentos e projetos. Agora, dentro da programação por área, a primeira reunião, prevista para outubro, será com o pessoal da área de Saúde.

## Correção

A nota publicada na página 4 do Notícias FAPESP número 11, de julho último, sob o título "Auxílios e Bolsas", contém uma incorreção quando fala da distribuição de recursos por instituição. Segundo a nota, "a própria FAPESP teve 10,16% do total de R\$59,4 milhões concedidos pela Fundação para auxílios e bolsas, entre janeiro e julho deste ano. A informação correta é que esse montante de recursos estava comprometido com projetos das várias instituições, no âmbito dos programas especiais, mas estava ainda na rubrica FAPESP, enquanto não se concluiu o julgamento de propostas relativas a esses programas.



**Figura 35** Screenshot da seção "notas" do informativo n. 12 (ago. 1996).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Em que se lê:

Uma pesquisa realizada no âmbito de uma bolsa de Iniciação Científica, concedida pela FAPESP, resultou, pela primeira vez, em um livro publicado e colocado normalmente no mercado: *Ponto de Vida: Cidadania de Mulheres Faveladas*, de Andrea Paula dos Santos, Edições Loyola, foi lançado durante a 14ª Bienal Internacional do Livro, em São Paulo, no mês de agosto. [...]

Desse modo, o site da revista, assim como a divulgação da revista *Pesquisa FAPESP*, faz parecer que a seção *humanidades* existia desde a 12ª edição publicada em agosto de 1996, contudo, a mesma só veio a existir oficialmente em outubro de 1999, na edição n. 47; antes disso, não havia uma seção fixa para esta área de conhecimento e nem ao menos reportagens categorizadas como *ciências humanas* ou *humanidades*.

Após esse período de instauração da seção *humanidades*, a produção desse objeto editorial sempre se referiu às ciências humanas como "humanidades", o que de um certo modo nos permite identificar atribuições de sentido e valor às escolhas lexicais, pois a seção que hoje se apresenta na revista como *humanidades* surgiu em julho de 1999 na edição n. 44 do informativo *Notícias FAPESP* com o nome de *humanas*, contudo a seção não se manteve fixa nas edições seguintes; só em outubro de 1999, quando o informativo

se torna revista, é que, ao se produzir um índice, a seção (re)aparece com o nome *humanidades*. Anteriormente a esse período, não havia nenhuma seção que identificasse as reportagens, notícias e notas das produções em ciências humanas e sociais.

Em outubro de 1999, quando o informativo se transformou em revista, a edição n. 47 apresentou, em suas primeiras páginas, um novo índice, o que antes trazia apenas *Editorial*, *Opinião*, *Notas*, título de reportagens e *Livros*, agora apresentava-se com certa formalização mais típicas de um periódico: *Editorial*, *Memórias*, *Opinião*, *Política Científica e Tecnológica*, *Ciência*, *Tecnologia*, *Humanidades*, *Livros*, *Lançamentos* e *Humor*. Importa considerar que “Ciência” é o termo que intitula uma das seções e que não fica explicitado de que modo as outras seções estão a ela relacionadas.

**ÍNDICE**

**8**  
 Inovação Tecnológica  
 Seminário na Fiesp e exposição de novos trabalhos atestam a maturidade dos programas de inovação tecnológica da FAPESP, que beneficiam 130 empresas

**18**  
 Os pesquisadores do Programa Genoma Humano do Câncer avançam em ritmo acelerado: 45 mil seqüências genéticas já estão identificadas

**26**  
 Um grupo de pesquisadores paulistas avança na determinação das bases genéticas da hipertensão arterial, que abrem caminho para métodos de prevenção e terapias mais eficientes no futuro – até mesmo com métodos mais apropriados para resolver os problemas de cada paciente

**32**  
 Há quantidades elevadas de mercúrio na bacia do Rio Negro, na Amazônia. Mas, como se descobriu, é um fenômeno natural, sem relação com o garimpo

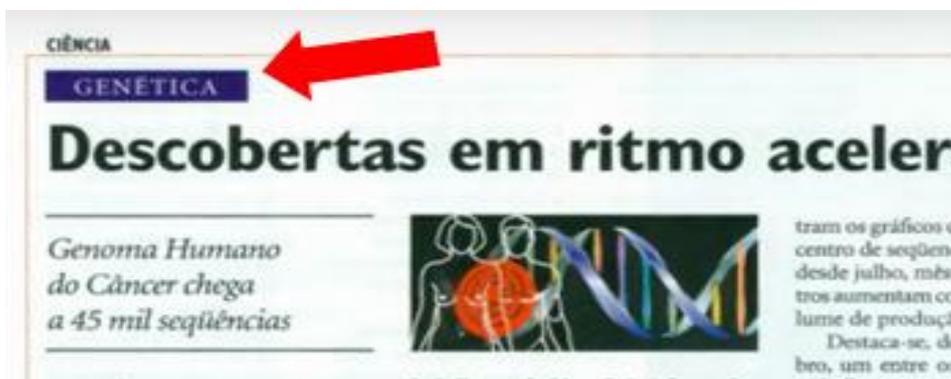
**36**  
 Unicamp e Rhodia desenvolvem software que substitui programas estrangeiros e de tecnologia fechada para controle de processos químicos industriais

**40**  
 Estudo da cerâmica dos índios Asurini e da cestaria dos Kayapó-Xikrin revela os valores simbólicos da comunidade e leva a novos modelos na pesquisa arqueológica

EDITORIAL	5
MEMÓRIAS	6
OPINIÃO	7
POLÍTICA CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA	8
CIÊNCIA	18
TECNOLOGIA	36
HUMANIDADES	40
LIVROS	44
LANÇAMENTOS	45
HUMOR	46

**Figura 36** Índice da edição n. 47 (out. 1999).  
 Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Durante a montagem da tabela, no processo de descrição da coluna *observações*, notamos que essa nova seção trazia as seguintes subcategorias e suas respectivas reportagens sobre *genética, física, saúde pública e ambiente*:



**Figura 37** Exemplo da subcategoria atribuída à seção “ciência”.  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

As subcategorias são índices estabelecidos na divulgação da própria revista *Pesquisa FAPESP* para indicar as áreas de cada uma das reportagens divulgada na respectiva seção. Por exemplo: na seção *ciência* da edição n. 258 foram divulgadas reportagens com as subcategorias – *medicina, biologia, geoquímica e astrofísica*.

Essa organização da seção específica intitulada *ciência* põe questões para o que está descrito na página *Quem Somos* do site *Pesquisa FAPESP*, que diz: “Nossa missão é noticiar e discutir, de forma precisa, equilibrada e acessível, os resultados obtidos em ciência e tecnologia no Brasil”, e “O objetivo básico da publicação é difundir e valorizar os resultados da produção científica e tecnológica brasileira”. Assim, apesar de ter a função de realizar divulgação científica das pesquisas “brasileiras”, criou-se dentro da revista um espaço para divulgar “ciência” – a seção *ciência*. Sobretudo, causou-nos estranheza verificar que na seção *ciência* encontramos apenas as subcategorias *medicina, genética, fisiologia, saúde, laboratório, fármacos, psiquiatria, saúde pública, pecuária, botânica, ecologia, meteorologia, ambiente, zoologia, criação animal, física, matemática, astrofísica, oceanografia, astronomia* etc., as quais separamos em quatro categorias de áreas:

- **Ciências da Saúde:** medicina, saúde, psiquiatria, saúde pública etc.
- **Ciências Agrárias:** pecuária, meteorologia, ambiente, criação animal etc.

- **Ciências Biológicas:** genética, fisiologia, saúde, fármacos, ecologia, botânica, zoologia etc.
- **Ciências Exatas e da Terra:** física, matemática, astrofísica, oceanografia, astronomia, laboratório etc.

As categorias selecionadas acima, conforme as áreas do conhecimento estabelecidas pela FAPESP<sup>40</sup>, separam as subcategorias atribuídas pela revista *Pesquisa FAPESP* em quatro grandes áreas: Ciências Biológicas, Ciências Agrárias, Ciências da Saúde e Ciências Exatas e da Terra, as únicas categorias presentes nas reportagens divulgadas na seção *Ciência*. Uma forma de confirmar isso é acessar a aba *Ciência* do site *Pesquisa FAPESP* (<<http://revistapesquisa.fapesp.br/category/imprensa/ciencia/>>), a página agrupa todas as reportagens que foram divulgadas na seção *ciência*:



**Figura 38** Screenshot da aba “ciência” do site *Pesquisa FAPESP*, realizado em 31 de maio de 2018. Fonte: elaboração própria.

Isso nos permite mostrar o modo como a revista realiza sua divulgação científica em relação às grandes áreas, como agrupa certos assuntos, como destaca determinadas pesquisas na seção *ciência* e não outras e, dessa forma, faz atribuições com relação ao que seja “ciência” e diferente disso, ao que cabe em *humanidades*.

Se levarmos em conta os conteúdos publicados nas várias seções do site, vemos que várias seções compreendem ciências exatas, biológicas (saúde) e agrárias, enquanto as

<sup>40</sup> Disponível em: <<http://www.fapesp.br/2000>>. Acesso em: 12 mar. 2019.

ciências humanas cabem em uma única seção destinada a divulgar ciências humanas e sociais estão apenas em *humanidade*. O mesmo acontece com a revista *Pesquisa FAPESP* – que faz uso das **seções** *ciência*, *políticas C&T* e *tecnologia* para divulgar ciências exatas, biológicas (saúde) e agrárias, e apenas a seção *humanidades* para divulgar ciências humanas e sociais (filosofia, história, linguística, letras e artes).

Dessa forma, são 3 seções destinadas a divulgar ciências exatas, biológicas(saúde) e agrárias em: *ciência*, *política C&T* e *tecnologia* e apenas uma seção destinada a divulgar ciências humanas e sociais: *humanidades*. Além disso, precisamos levar em conta que a seção destinada às *humanidades* está entre as últimas apresentadas na revista, depois de *comentários*, *carta da editora*, *boas práticas*, *dados*, *notas*, *capa*, *entrevista*, *política C&T*, *ciência*, *tecnologia*, *pesquisa empresarial*, e, então, temos *humanidades*, *memória*, *resenha* e *carreira*.

Neste sentido, a divulgação científica da revista *Pesquisa FAPESP*, a qual tem a missão de divulgar “de forma precisa, equilibrada e acessível os resultados obtidos em ciência e tecnologia no Brasil, em todos os campos do conhecimento” é um tanto quando desequilibrada com relação à cobertura de “todos os campos do conhecimento”. É o que podemos ver abaixo, na página reproduzida da edição n. 267 da seção *comentários*, onde são divulgados os comentários dos leitores:

**COMENTÁRIOS** cartas@fapesp.br

**Algoritmos**  
Enquanto metade dos algoritmos resolve problemas, a outra metade cria mais problemas (“O mundo mediado por algoritmos”, edição 266).  
Eduardo Klein Fichtner

**Alimentos ultraprocessados**  
Considero equivocado o uso da denominação “ultraprocessado” para classificar alimentos com formulações pouco saudáveis. O processamento em si torna os alimentos seguros para o consumo e duráveis. Por exemplo, o leite *in natura* pode ser uma fonte de infecção se não for processado. Alimentos industrializados com excesso de açúcar ou sal não são necessariamente produtos “processados demais”, mas sim com formulações pouco saudáveis. O equívoco na terminologia “ultraprocessado” fica claro na reportagem “Alguns efeitos dos alimentos fabricados” (edição 265), em que a gelatina de abacaxi foi classificada como um abacaxi ultraprocessado, sendo que o produto não é derivado do processamento do abacaxi, mas sim do couro bovino, com adição de açúcar e aroma artificial.  
Jorge Andrey Wilhelms Gut

**Ciências humanas e sociais**  
Por que há tão poucas matérias sobre as humanidades? Gostaria de assinar a revista, mas é desestimulante ver tão poucos artigos dessa área, a minha, por edição.  
Luis Sandes

**Correções**  
Na reportagem “O mundo mediado por algoritmos” (edição 266) há uma referência equivocada à dificuldade dos computadores em realizar a fatoração de números primos. O correto é afirmar que existe esperança de encontrar algoritmos eficientes para solucionar problemas como a fatoração de números primos.

**Contatos**  
revistapesquisa.fapesp.br  
redacao@fapesp.br  
PesquisaFapesp  
PesquisaFapesp  
pesquisa\_fapesp  
Pesquisa Fapesp  
pesquisa.fapesp  
cartas@fapesp.br  
R. Joaquim Antunes, 727  
10º andar  
CEP 05415-012  
São Paulo, SP  
Assinaturas, renovação e mudança de endereço  
Envie um e-mail para  
assinaturas@pesquisa.fapesp.br

**Figura 39** Página da seção “comentários” retirada da edição n. 267 (maio 2018).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Especificamente no comentário direcionado às “Ciências humanas e sociais”, conforme demarca a própria revista (homologando esse termo com *humanidades*), o leitor registra tal desequilíbrio e questiona a publicação. Interessante notar que não é um leitor anunciante nem assinante, mas que se põe como potencial consumidor oficial da revista com a qual tem contato – pois a acompanha a ponto de saber que “há tão poucas matérias sobre as humanidades” – mas ainda não fez uma assinatura. É, portanto, de certa forma, uma resposta ao chamado da revista – “assine”. Mas, o leitor condiciona sua assinatura à uma mudança da agenda da publicação, pois “é desestimulante ver tão poucos artigos dessa área [na revista]”, o que faz crer que a revista não cumpre o que propõe.

Sendo assim, pelo modo como a revista segmenta sua produção em seções, como atribui matérias de capa em sua maioria para as áreas de biológicas(saúde), exatas e agrárias e não outras, pelo modo como ela faz parecer cobrir todas as áreas do conhecimento numa formalização material que, como dispositivo comunicacional, propõe realizar sua divulgação “de forma precisa, equilibrada e acessível... em todos os campos do conhecimento”, constatamos que *humanidades* não é “ciência”, pois:

- a revista, ao delimitar uma seção *ciência*, faz crer que as outras seções não se enquadram nessa categoria, ou seja, não são “ciência”;
- a seção *ciência* não compreende as reportagens destinadas às *ciências humanas e sociais*, termo que a própria revista usa às vezes, como ao dar título à carta do leitor, acima;
- a seção utilizada para as reportagens de ciências humanas chama-se *humanidades*
- a quantidade de capas destinadas a *humanidades* é bem pequena.

Assim, constata-se que no discurso da revista *Pesquisa FAPESP*, “ciência”:

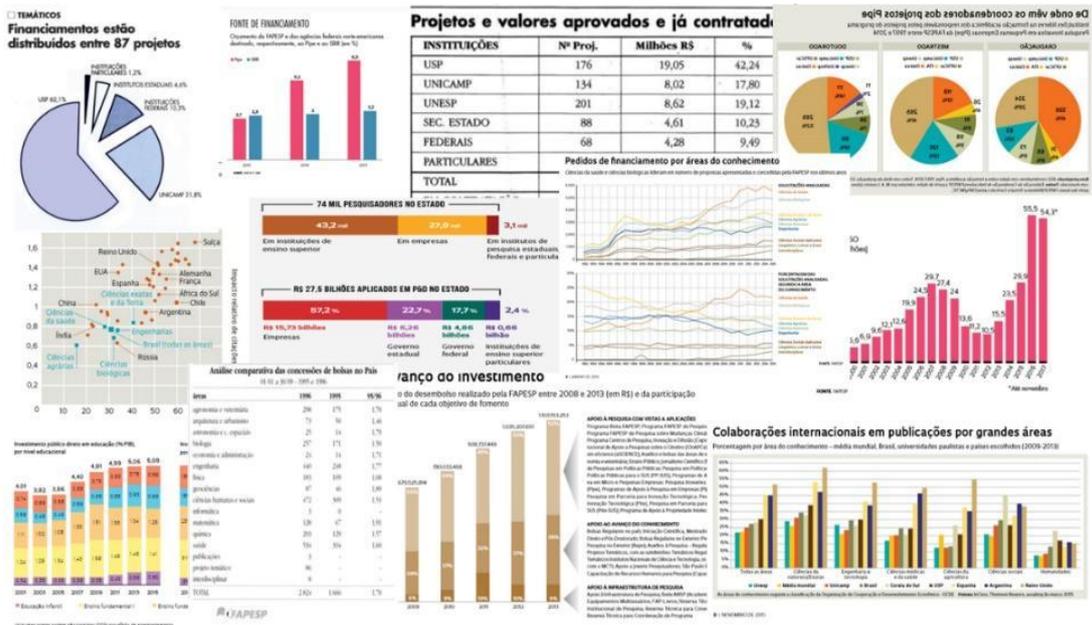
- **não é** ciências humanas e sociais
- **é** ciências biológicas (saúde)
- **é** ciências exatas
- **é** ciências agrárias

As *humanidades* estão à margem do que é ciência nessa publicação. Não estão ausentes da revista, como não estão das linhas de financiamento da Fundação, e não são, na discursivização textualizada na revista, consideradas ciência – por isso a designamos como *marginalia científica*. De certo modo, isso reitera o que se pôde verificar nas peças publicitárias analisadas acima.

Seguindo nesta trilha, o próximo conjunto de construções cenográficas em que nos determos se constitui de levantamentos que a princípio também apontarão a constituição dessa marginália.

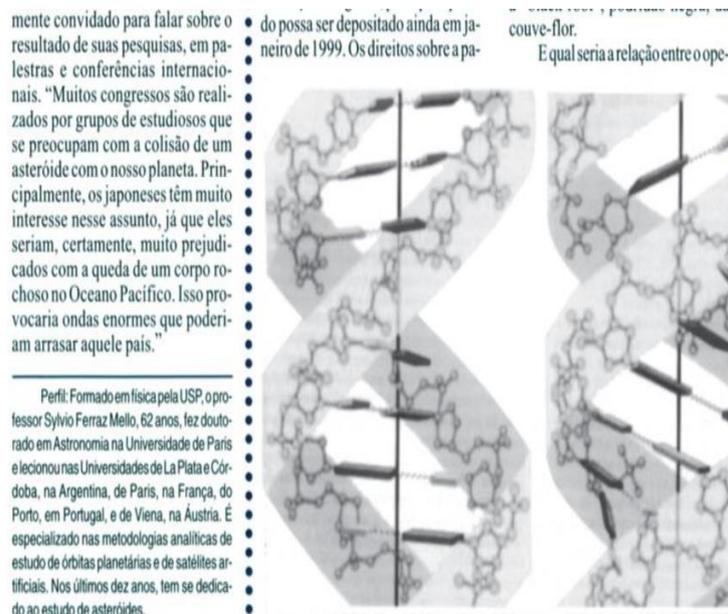
### **3.3 GESTÃO FAPESP: A DIVULGAÇÃO DOS RECURSOS DA FAPESP NA REVISTA *PESQUISA FAPESP***

Durante o processo de descrição das 270 edições da tabela *Cópus Pesquisa FAPESP* outro aspecto que nos marcou foi a reincidência de cenografias construídas sobre a gestão da Fundação FAPESP, isto é, muito frequentemente há reportagens que divulgam o balanço geral, a transparência dos gastos, planejamentos futuros, que, em meio às reportagens derivadas de pesquisas divulgadas, aparecem em cenas genéricas como: gráficos, infográficos, tabelas, listas e quadros – também típicos de uma ciência administrativa precisa e equilibrada, que figurativiza a rigorosa administração da Fundação:



**Figura 40** Colagem com alguns gráficos, listas e infográficos coletados durante o processo.  
 Fonte: elaboração própria.

Presente desde a edição n. 38, quando a revista ainda era um informativo, uma nota intitulada *perfil*, com informações sobre o projeto divulgado em meio às reportagens: o professor responsável pelo projeto, sua formação, a instituição na qual trabalha, especialização e trabalhos desenvolvidos, foi inserida ao final da seção *projetos temáticos*.



**Figura 41** Perfil da edição n. 38 (dez. 1998).  
 Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

A nota que, a princípio, parecia desprezível, foi evoluindo, e a ela atribuíram novas informações, como: o título completo do projeto e o valor do investimento realizado pela Fundação, conforme se apresenta na figura abaixo:

ira montar um  
terminar com  
doentes, Vera  
es que se mos-  
do compor-  
de câncer de  
ora complica-  
finadas forem  
de novos mar-  
roduzir a reali-  
serão. “O mo-  
o, o ideal é que  
issem identifi-  
stas” inicial.  
atar “tumor”,  
seus estágios  
e silenciosa, o  
detectado, em

nha de um microscópio de apenas uma lente.  
Não tinha nem computador de uso exclusivo  
para poder rodar seus modelos matemáticos de  
previsão de prognóstico de câncer de pulmão.  
“Usávamos coisas emprestadas dos colegas”,  
diz a pesquisadora, que hoje conta com micro-  
computador exclusivo para suas pesquisas,  
além de um potente microscópio, com uma  
câmera acoplada, e de um laboratório de pato-  
logia molecular, estrutura indispensável para  
que seu trabalho seja bem feito.

A perseverança de Vera Luiza lhe ren-  
deu frutos internacionais. Hoje, alguns dos  
trabalhos de seu grupo de pesquisadores fo-  
ram publicados em revistas científicas de  
prestígio do exterior, como a *Chest* e *His-  
topathology*. Os trabalhos também ganha-  
ram reconhecimento em congressos e even-

cia Mundial de Câncer do Pulmão, realiza-  
da na Irlanda em 1997.

**Perfil:**  
Vera Luiza Capelozzi graduou-se em Me-  
dicina pela Faculdade de Medicina de  
Santo Amaro, fez o mestrado e doutora-  
do em Patologia na Faculdade de Medi-  
cina da Universidade de São Paulo  
(FMUSP) e o pós-doutorado no National  
Heart and Lung Disease – Brompton Hos-  
pital, na Inglaterra. É professora da  
FMUSP e diretora do seu Serviço de Ve-  
rificação de Óbitos.

**Projeto:** *Câncer de Pulmão: Aplicabili-  
dade de Métodos Morfológicos, Histoquimi-  
cos, Moleculares e Imunohistoquímicos  
como Índices de Prognóstico.*

**Investimento:** R\$ 162,2 mil

**Figura 42** Perfil da edição n. 46 (set. 1999).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

A partir da edição n. 59 lançada em novembro de 2000, a nota *perfil* apresentou-se com uma nova formatação. Com a chamada *O PROJETO*, as informações foram inseridas em um quadro de cor diferente do fundo da matéria, que deu destaque a elas, e passaram a se apresentar no meio das reportagens. O que antes aparecia apenas nas reportagens divulgadas na seção *projeto temático*, a partir daquele momento, *O PROJETO* trouxe, na matéria *Os arquitetos da nova Cana*, as seguintes informações: nome do projeto, modalidade (que inscreve o projeto em um programa da FAPESP, coordenador/instituição, investimento).



...s em cana ainda não havia sido  
 ...trigantes – e indicam que, mais do  
 ...parece haver uma unidade entre  
 ...fenck, há genes de reparo em bac-  
 ...ão há em huma-  
 ...em plantas. Por  
 ...antes de reparo  
 ...cido pela sigla  
 ...nos e leveduras,  
 ...ados em *Arabi-*  
 ...tem uma hipó-  
 ...plantas tenham  
 ...u redundantes  
 ...inda não há co-  
 ...e estar fazendo  
 ...ruja deficiência  
 ...em humanos.

O PROJETO	
Genoma Cana	
<b>MODALIDADE</b>	Projeto de pesquisa no âmbito do Programa Especial Genoma FAPESP
<b>COORDENADOR</b>	PAULO ARRUEJA - Centro de Biologia Molecular e Engenharia Genética da Unicamp
<b>INVESTIMENTO</b>	US\$ 4.484.090,61

Com o arroz, outra planta do grupo das gramíneas, a cana tem pelo menos um gene homólogo (semelhante), o XA21, que confere resistência à bactéria *Xanthomonas oryzae*. A partir daí, Luís Eduardo Aranha Camargo e a mestrandia Mariana Sena Quirino, da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq) da USP, resolveram trabalhar por aproximação: querem que o XA21 seja ainda mais eficiente contra uma bactéria semelhante, típica da cana, a *Xanthomonas albilineans*. Fizeram experimentos valorizando a expressão desse gene e agora examinam o DNA das plantas-pais e das plantas-filhas. A pesquisa mostrou quatro variações do mesmo gene (alelos), “talvez com funções diferentes”, diz Camargo. Nesse ponto, o trabalho ganha outros contornos. “Podemos usar as informações do genoma da cana para buscar os genes ancestrais, res-

Figura 43 Recorte da página 33 da edição n. 59 – Quadro “O PROJETO”.  
 Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Com esse material disponível na divulgação da revista *Pesquisa FAPESP*, passamos a observar uma certa discrepância nos investimentos da Fundação com relação às áreas do conhecimento, através de uma simples comparação nos valores apresentados nos quadros O PROJETO, assim como no que tange às instituições que mais recebem investimento:

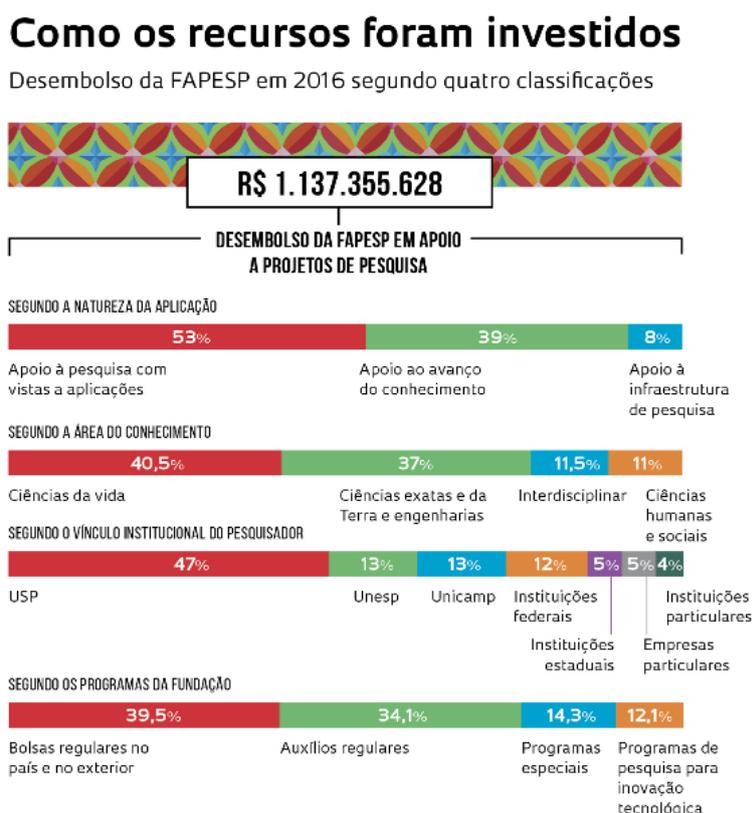
O PROJETO	O PROJETO
<i>Flora Ficológica do Estado de São Paulo</i>	<b>TÍTULO</b> <i>Educação Ambiental Via Representações Sociais, Acadêmicas e Populares do Meio</i>
<b>MODALIDADE</b> Projeto temático	<b>MODALIDADE</b> Projeto temático
<b>COORDENADOR</b> CARLOS EDUARDO DE MATTOS BICUDO - Instituto de Botânica	<b>COORDENADORA</b> MYRIAM KRASILCHIK - Faculdade de Educação da USP
<b>INVESTIMENTO</b> R\$ 87.750,00 e US\$ 83.786,00	<b>INVESTIMENTO</b> R\$ 200 mil

Figura 44 Quadros retirados da edição n. 59.  
 Fonte: elaboração própria.

Neste caso, apesar de serem projetos da mesma modalidade, ambos Projetos Temáticos, notamos uma diferença com relação aos investimentos e, dado esse elemento cenográfico, começamos a observar que isso se dava devido às diferentes áreas do conhecimento, o primeiro quadro, em azul, foi retirado da seção *ciência*, recebeu um investimento maior do que o segundo, em laranja, que foi retirado da seção *humanidades*. Posto isso, com uma breve análise dos quadros, é possível entender que não há um padrão de investimentos se levarmos em conta as modalidades de pesquisa.

Isso nos motivou a realizar uma comparação mais ampla dos investimentos concedidos por área do conhecimento pela Fundação FAPESP, divulgados na revista, os quais nos mostraram a quantidade de recursos *segundo a área do conhecimento* e *segundo o vínculo institucional do pesquisador*, na medida em que os *Relatórios de atividades FAPESP* são divulgados periodicamente.

No *Relatório de atividades 2016* da Fundação FAPESP, por exemplo, encontramos na edição n. 258 publicada em agosto de 2017, parte do dispêndio da Fundação, que é divulgado na matéria *Resiliência na Crise* na seção *Política C&T*, um infográfico dos recursos investidos segundo vários pontos. Para nós, interessa olhar o desembolso *segundo a área do conhecimento*, o qual apresenta *Ciências da vida* em primeiro lugar, com cerca de 40% destinados a ela, *Ciências exatas e da Terra e engenharias* com 37%, *Interdisciplinar*, a qual não nos permite saber de quais áreas ou subáreas estão envolvidas, com 11,5% e *Ciências humanas e sociais* com 11%, a área menos atendida.



**Figura 45** Desembolso da FAPESP em 2016 (edição n. 258, ago. 2017).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Dessa forma, podemos comparar o percentual destinado às áreas do conhecimento e atestar que os mesmos não são investidos proporcionalmente, assim como, a natureza das aplicações, o vínculo institucional do pesquisador e segundo os programas da Fundação, não são realizadas de maneira propriamente *equilibrada*, como mostra o infográfico dos recursos investidos pela Fundação em 2016.

Poderíamos, contudo, ser negligentes e olhar apenas para um recorte do momento, que neste caso seleciona o balanço do ano de 2016. Mas encontramos outras edições, de janeiro de 1996 e setembro de 2014, que também mostram, de uma forma mais específica, as áreas que mais receberam recursos em 1995 e 2013, respectivamente:

### Investimentos em auxílios, por setor, concedidos em 1995

(Valores em reais, sem centavos)

SETOR	Publicação R\$	Projeto de Pesquisa (1) R\$	Visitante/ Brasil R\$	Visitante/ Exterior R\$	Particip. em Retiñão/BR R\$	Particip. em Reunião/EXT R\$	Organiz. de Reun. Cient. R\$	Total R\$
Arquitetura e Urbanismo	24.250	293.336	340	6.694	1.698	28.235	14.465	369.018
Astronomia e C. Espaciais	4.798	587.955	0	42.249	0	21.225	44.146	700.373
Ciências Agrárias	15.689	13.067.044	1.141	49.887	37.564	149.580	68.978	13.389.892
Ciências Biológicas	42.805	10.504.103	948	163.912	3.587	81.344	172.337	10.969.036
Ciências da Saúde	149.520	23.816.151	16.245	127.805	21.161	382.385	500.588	25.013.855
C. Econômicas e Admin.	35.804	498.991	25.244	14.456	657	24.719	50.550	650.421
C. Humanas e Sociais	178.532	9.575.676	75.774	298.146	11.313	191.421	389.681	10.720.543
Engenharia	71.067	14.306.803	43.297	170.316	55.695	350.196	368.423	15.365.797
Física	14.000	10.294.184	24.785	501.250	2.058	167.784	351.248	11.355.309
Geociências	28.892	3.675.891	46.177	98.781	15.986	70.271	56.540	3.992.538
Interdisciplinar (2)	0	1.694.161	0	0	0	0	0	1.694.161
Matemática	0	4.022.781	34.705	400.653	5.095	77.536	182.706	4.723.476
Química	16.061	12.644.322	4.336	54.829	4.885	104.175	122.468	12.951.076
Proj. Especiais (3)	0	2.986.012	0	0	0	0	0	2.986.012
Sub-Total	581.418	107.967.410	272.992	1.919.978	159.699	1.648.871	2.331.139	114.881.507

(1) Foram incluídos R\$ 66.078.330, correspondentes ao Programa de Infraestrutura, em sua primeira fase, distribuídos de acordo com a área do pesquisador, sendo R\$50 milhões do orçamento de 1994 e R\$16.078.330 do orçamento de 1995.

(2) Foi incluído o Programa Importação.

(3) Inclui o Projeto REDE ANSP.

**Figura 46** Investimentos por setor da Fundação FAPESP de 1995 retirado da edição n. 5 (jan. 1996).

Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Se comparado ao desembolso do ano de 2016 *segundo a área do conhecimento* e os investimentos por *Setor* de 1995 realizados pela Fundação, conforme apresentado na figura acima, mais especificamente na coluna *Total*, podemos dizer que a direção dos investimentos era outra, pois há 21 anos os recursos da Fundação priorizavam outras áreas, que, numa ordem decrescente dos investimentos realizados, conforme a coluna *Total*, assim se apresenta: *ciências da saúde* (R\$ 25.013.855), *engenharia* (R\$ 15.365.797), *ciências agrárias* (R\$ 13.389.892), *química* (R\$ 12.951.076), *física* (R\$ 11.355.309),

*ciências biológicas* (R\$ 10.969.036), *ciências humanas e sociais* (R\$10.720.543), *matemática* (R\$ 4.723.476), *geociência* (R\$ 3.992.538), e assim sucessivamente.

Enquanto nos investimentos do ano de 2013, como vemos abaixo, em comparação com os demais, temos o campo da *saúde* como o mais privilegiado em recursos (30,77%), *Biologia* como o segundo campo mais beneficiado e em terceiro lugar, *ciências humanas e sociais* (10,20%).

#### O DESEMBOLSO POR ÁREA

Recursos desembolsados pela FAPESP por campos do conhecimento em 2013



**Figura 47** Desembolso da Fundação FAPESP de 2013 (por campos de conhecimento), retirado da edição n. 223 (set. 2014).

Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Sendo assim, se fizermos uma comparação geral com relação ao modo como os investimentos foram sendo distribuídos conforme as áreas de conhecimentos no decorrer dos anos, 1995, 2013 e 2016, podemos dizer que as áreas voltadas para ciências biológicas, ciências da saúde e engenharias receberam mais investimentos nos últimos anos, enquanto as ciências humanas e sociais mantiveram-se na faixa dos 10% dos investimentos realizados desde 1995, como se verifica na tabela abaixo, na qual inserimos os valores aproximados dos investimentos (%) atribuídos nas figuras discutidas acima:

**Tabela 1** Comparação dos investimentos realizados pela Fundação FAPESP nos anos de 1995, 2013 e 2016 (por setor).

<i>Setores/Ano</i>	<i>1995</i>	<i>2013</i>	<i>2016</i>
Engenharia	15%	9,34%	37%
Ciências da Saúde	25%	30%	40%
Ciências Biológicas	10%	16%	40%
Ciências Humanas e Sociais	9%	10%	11%
Ciências Agrárias	12%	9%	37%

\*Valores aproximados

Fonte: elaboração própria.

Em todo caso, a sinonimização entre *área do conhecimento* e *setor*, termos que aparecem em diferentes relatórios no mesmo tipo de tabela, oferecendo o mesmo tipo de dado, precisa de análise futura, pois certamente não é transparente. Podemos dizer, por ora, que *as ciências humanas e sociais*, além de não ganharem destaque no número de matérias de capas e, conseqüentemente, no número de reportagens publicadas, como discutimos no item anterior, não são destaques se levarmos em consideração aos recursos investidos pela Fundação há mais de 20 anos, se considerarmos apenas o período divulgado pela revista, uma vez que a Fundação FAPESP existe desde 1960 e nós não estamos levando em conta sua existência, mas os materiais que ela divulga na revista, desde 1995. Posto isso, estamos diante de mais um elemento do que o “capital científico” (BOURDIEU, 2004, p. 25) promove, ou melhor dizendo, move, a partir de sua distribuição – “aquilo que define a estrutura de um campo num dado momento é a estrutura da distribuição do capital científico entre os diferentes agentes engajados neste campo” (p. 26). Entretanto, apesar de Bourdieu considerá-lo “uma espécie particular do capital simbólico”, estamos diante da distribuição de um capital real, mas que também segue as normativas do “capital científico” analisado por Bourdieu (2004), pois

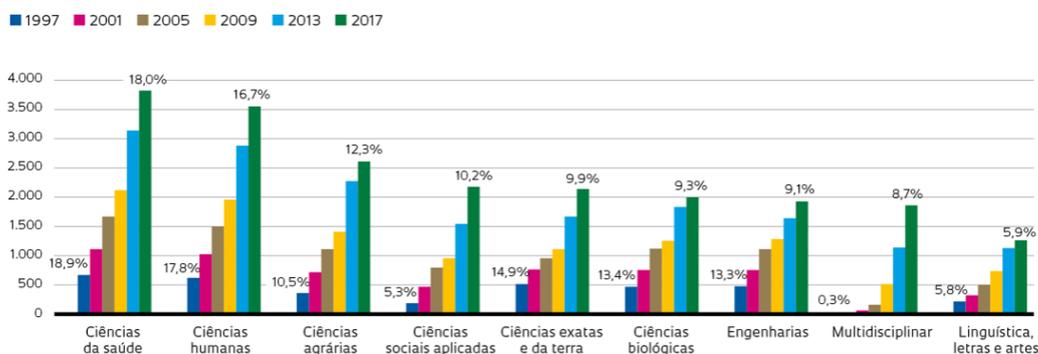
esse capital, de um tipo inteiramente particular, repousa, por sua vez, sobre o reconhecimento de uma competência que, para além dos efeitos que ela produz e em parte mediante esses efeitos, proporciona autoridade e contribui para definir não somente as regras do jogo, mas também suas regularidades, as leis segundo as quais vão se distribuir os lucros nesse jogo, as leis que fazem que seja ou não importante escrever sobre tal tema, que é brilhante ou ultrapassado, e o que é mais compensador publicar no *American Journal* de tal e tal do que na *Revue Française* disso e daquilo (BOURDIEU, 2004, p. 27).

Dessa forma, seguindo esta lógica atribuída à distribuição do capital científico, as ciências humanas e sociais se mantiveram por 20 anos com recursos que tangem os 10% dos investimentos realizados pela Fundação FAPESP, em consequência as *humanidades*, que, como depreendemos do manuseio da revista, as *ciências humanas e sociais*, aparecem sempre marginalmente na revista. Por isso, a ideia de marginália aí é importante: não se trata de ausência, de exclusão, mas de elementos cenográficos que mostram as *ciências humanas* sempre à margem, apresentada como *humanidades*. Em termos de ethos, é uma diferença importante, pois constrói-se um lugar para essa área (ou setor), que a identifica – à marginália.

Vejamos, ainda, uma outra comparação que vai nessa direção: as ciências humanas e sociais, assim como as ciências da saúde, são as áreas que mais formam doutores no país, posto isso, são as duas maiores áreas do conhecimento que recebem títulos no país desde 1997.

#### TÍTULOS POR ÁREA: CONCEDIDOS E PARTICIPAÇÃO SOBRE O TOTAL

As áreas de ciências da saúde e de ciências humanas são as que formam mais doutores no país. A de ciências agrárias assumiu a terceira posição em meados da década passada, respondendo por 12% dos títulos em 2017, e a de ciências sociais aplicadas quase dobrou sua participação. As de ciências exatas e da terra, ciências biológicas e engenharias perderam participação e a multidisciplinar cresceu significativamente. A de linguística, letras e artes manteve cerca de 6% de participação, mas perdeu posições entre as áreas.



FONTES: ANO 1997: MESTRES E DOUTORES NO BRASIL 2015, CGEE, BRASÍLIA (WWW.CGEE.ORG.BR/WEB/RHCTI/MESTRES-E-DOUTORES-2015). ANOS 1998-2017: CAPES/GECAPE, EXTRAÇÃO 18/07/2017 (GEOCAPES.CAPES.GOV.BR/GECAPE)

**Figura 48** Seção “dados”, edição n. 270 (ago. 2018).  
Fonte: elaboração própria.

Contudo, a distribuição do capital científico ‘real’ da Fundação FAPESP distribui recursos sobretudo para as áreas de ciências biológicas, exatas e agrárias e, portanto, em consequência disso, a revista *Pesquisa FAPESP* publica mais matérias de capa dessas áreas, assim como gera mais reportagens e preenchimento em diversas seções da revista, de modo que são publicadas mais notícias e artigos sobre as mesmas; não se trata, portanto, de publicizar os trabalhos dos doutores financiados ou de considerá-los como os leitores

preferenciais da revista, porque são em maior número. Nota-se que as áreas que recebem maior investimento da Fundação e conseqüentemente são as mais divulgadas na revista, estão associadas às áreas do conhecimento que mais publicam, como apresentado pela revista em dezembro de 2016, em ordem decrescente - ciências biológicas, ciências da saúde e ciências exatas e da terra, são as áreas que mais registraram publicações segundo a base do sistema Web of Science, em 2015.



**Figura 49** Seção “dados”, edição n. 250 (dez. 2016).  
Fonte: elaboração própria.

Cabe sublinhar que se trata de dado obtido segundo um dado sistema, o que sempre é suscetível de enviesar os números. Em todo caso, vemos que aparece aí um novo conjunto Linguística, Letras e Artes, que não são mais embutidos em humanidades junto com Ciências Humanas e Ciências sociais, que, separadas das primeiras, agora também incluem as “aplicadas”. Numa cenografia de precisão e rigor, é interessante notar como flutuam as designações de áreas do conhecimento, setores, e campos – para usar os termos que aparecem nesses elementos cenográficos dos relatórios.

E, enfim, notamos, com isso, que as publicações não necessariamente referem-se às áreas que menos possuem mais títulos de doutorado, ou ainda, como se poderia imaginar, público para interlocução. Sendo assim, olhar para a distribuição dos recursos

concedidos pela Fundação nos permitiu confrontar recursos e divulgação, e vemos que ambos se nivelam – as áreas do conhecimento que mais recebem recursos da Fundação FAPESP são as áreas que mais publicam e, conseqüentemente, são as áreas mais publicizadas na revista *Pesquisa FAPESP*.

Seguindo essa lógica atribuída à direção dos recursos concedidos pela Fundação, nós criamos um elemento gráfico que representa essa recorrência, levando em conta nosso raciocínio e a razão encontrada entre os investimentos da Fundação FAPESP com relação à divulgação da revista *Pesquisa FAPESP*:



**Figura 50** Representação da cenografia.  
Fonte: elaboração própria.

Feita essa síntese, apresentaremos os dados coletados, não de forma cronológica, mas na medida em que as edições foram sendo publicadas em nosso presente tempo, ou seja, no ano em que iniciamos este trabalho de mestrado, em 2017, pois foi assim que o movimento de coleta se deu, a partir das edições mais atuais para as mais antigas, ou seja, fomos ligando o presente com o passado, portanto, a primeira a se apresentar foi a edição n. 258, que nos levou a olhar para todas as edições anteriores desde o primeiro informativo lançado, de modo a constatar que se tratava de uma prática comum da Fundação FAPESP divulgar na revista *Pesquisa FAPESP* seus dispêndios, desde 1995.

Agora, considerando nosso percurso descritivo, que levou à construção da tabela *Córpus Pesquisa FAPESP*, buscamos mostrar cenografias que aparecem principalmente nas seções *dados e políticas C&T*, como podemos localizar em nossas anotações através da tabela a partir das colunas *tags* em **Dados e Relatórios FAPESP**.

A reportagem *Resiliência na Crise* publicada em agosto de 2017 na edição n. 256, trouxe o *Relatório de atividades 2016*:



Figura 51 Reportagem retirada da edição n. 258, da seção “Política C&T”.  
Fonte: elaboração própria.

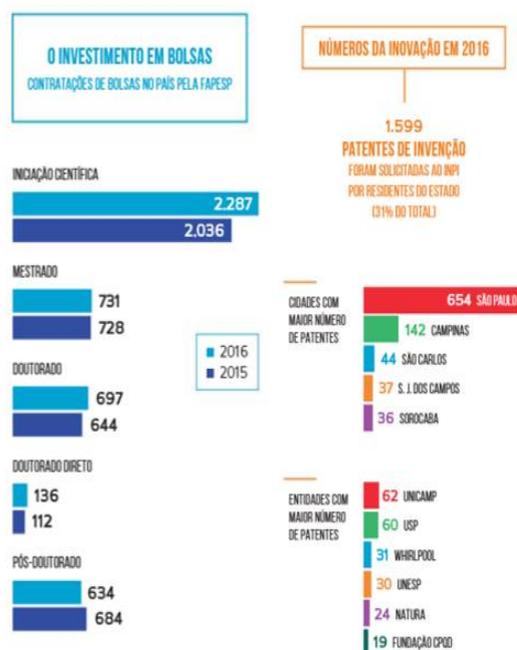
Descreve-se, nessa reportagem, o empenho dos recursos pela Fundação: bolsas, distribuição por áreas do conhecimento, projetos contratados, divisão de recursos por programas de pesquisas e distribuição por cidades. Como costuma ser com essa prestação de contas publicada, os dados sempre são comparados com o ano anterior. A FAPESP investiu em 2016 um total de R\$ 1.137.355.628 em 24.685 projetos de pesquisa. O valor foi um pouco inferior ao desembolso de 2015, de R\$ 1.188.693.702 para 26.445 projetos então em andamento. Apesar da conjuntura adversa, elemento central da reportagem de capa, fruto da diminuição das receitas tributárias estaduais resultante da crise econômica do país, foram contratados no ano 10.480 novos projetos – 4% mais do que em 2015 –, sendo 5.491 bolsas no Brasil, 1.162 bolsas no exterior e 3.827 auxílios à pesquisa. Segundo o que se lê na revista, “A Fundação foi capaz de manter seus compromissos e seu ritmo de

atuação no financiamento da pesquisa, apesar dos problemas econômicos que o Brasil enfrentou em 2016”, segundo José Goldemberg (p. 38, edição 258).<sup>41</sup>

A reportagem escrita pelo editor Fabrício Marques descreve desta forma o desempenho da Fundação diante da conjuntura adversa:

O crescimento da cooperação com o setor empresarial é um dos destaques positivos do relatório. O programa Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas (Pipe) teve o melhor ano desde a sua criação, em 1997: foram 228 novas propostas contratadas, ou mais de quatro por semana – quase uma por dia útil –, e investimentos de R\$ 55,5 milhões (ver Pesquisa FAPESP nº 257). Em 2015, 159 projetos foram contratados e o desembolso total do programa foi de R\$ 29,9 milhões. O Pipe foi a primeira iniciativa de uma agência brasileira a oferecer recursos não reembolsáveis para pequenas e médias empresas desenvolverem inovações em fases iniciais. “É um programa que tem dado uma enorme contribuição ao desenvolvimento científico, tecnológico e econômico do estado de São Paulo, estimulando a criação de empresas que prosperam e geram empregos e riqueza”, avalia o físico Carlos Henrique de Brito Cruz, diretor científico da FAPESP (Revista *Pesquisa FAPESP*, edição 258, p. 38).

Ao passo que a reportagem explica cada ponto realizado pela Fundação sobre a distribuição dos recursos FAPESP, gráficos e infográficos compõem a textualização:



**Figura 52** Gráficos retirados da reportagem resiliência na crise (edição n. 258, p. 39).

Fonte: elaboração própria.

<sup>41</sup> Excerto retirado da reportagem *Resiliência na crise*, publicado na edição n. 258 de agosto de 2017.

A partir desta edição, e das comparações que o editor da matéria fez com relação ao *Relatório de atividades* do ano de 2015, verificamos nas edições anteriores que, anualmente, nesse mesmo período, por volta de agosto ou setembro, a revista *Pesquisa FAPESP* divulgava uma reportagem na seção *Política C&T* com a atribuição da subcategoria *Indicadores* para este tipo de reportagem sobre o *Relatório de atividades*, seguindo as mesmas cenas: descrição dos gastos, apresentação de gráfico, infográfico e tabelas como forma facilitada de visualizar os investimentos e comparações com os investimentos do ano precedente. Essa regularidade na composição da cenografia, que reforça o efeito de rigor e precisão, é um importante recurso na constituição da revista como dispositivo comunicacional avalizado pela Fundação e, como vimos, avaliador dela. Vejamos, por exemplo, o que foi feito na edição n. 247, publicada em setembro de 2016:



Figura 53 Divulgação do “Relatório de atividades 2015” (edição n. 247, set. 2016).  
Fonte: elaboração própria.

E também na edição n. 234, lançada em agosto de 2015:





Figura 55 Edição n. 270 (ago. 2018).  
Fonte: elaboração própria.

Com o título *Os números da FAPESP em 2017*, a nota apresentou resumidamente o desembolso da Fundação, o número de solicitações, a quantidade de projetos contratados e as instituições que mais receberam recursos, sem nenhum recurso visual e de uma forma bem resumida:

No ano passado, a FAPESP desembolsou R\$ 1.058.591.982 em 24.026 projetos de pesquisa. Foram recebidas no período 19.980 solicitações de apoio e contratados 10.186 novos projetos. Os dados integram o Relatório de Atividades 2017, que a fundação lança nesse mês. O documento, que é divulgado anualmente e fica disponível no site [www.fapesp.br/publicacoes](http://www.fapesp.br/publicacoes), também mostra que 41% desse desembolso foram aplicados em bolsas, 30% em auxílios regulares e 29% em programas especiais e de pesquisa para inovação tecnológica. Em relação ao objetivo dos investimentos, 57% dos recursos destinaram-se a pesquisas de caráter aplicado, 38% apoiaram o avanço do conhecimento e 5% a infraestrutura de pesquisa no estado. A Universidade de São Paulo (USP) recebeu 45% dos recursos, seguida pela Estadual de Campinas (Unicamp), que obteve 13%, e as instituições federais de pesquisa em

atividade no estado de São Paulo, 12,5%. A Universidade Estadual Paulista (Unesp) ficou com 12%, pequenas empresas com 7%, instituições de pesquisa estaduais com 5,5% e instituições particulares com 4,5% (Revista *Pesquisa FAPESP*, 2017, edição n. 270).

Apesar deste ano a divulgação do *Relatório de atividades* ser radicalmente diferente do formato anterior, nota-se que a editoria da revista dedicou-se, em toda sua trajetória, a realizar uma divulgação do empenho dos recursos da Fundação FAPESP. Contudo, a revista dedicou-se apenas a mostrar a distribuição de recursos no que tange ao “científico” – distribuição de recursos por áreas do conhecimento, por instituições, por programas, todos voltados ao que se entende como “ciência”, excluindo-se dessa divulgação as atividades que de fato sustentam uma fundação que financia pesquisa, como os salários de seus diretores, os gastos da Fundação com suas próprias infraestruturas, os recursos utilizados em suas próprias reuniões e transportes etc. Tudo o que sai do 1% recebido pela Fundação pela receita tributária do estado e é gasto com eles mesmos, posto isso, é importante salientar que a Fundação procura ser “transparente” apenas com os dados que consideram relevantes para a divulgação científica. Enfim, este tipo de reportagem que foi divulgada por cerca de 10 anos na revista visava divulgar apenas o que a Fundação entende como “financiar ciência”. O que põe questões interessantes sobre o efeito de gestão transparente que, a princípio, a publicização desses dados faz soar.

Aqui, queremos sublinhar que considerando as cenografias recorrentes na revista, somos chamados a olhar o modo como os investimentos da Fundação FAPESP são centrais na seleção dos outros conteúdos publicados e produzem um efeito de prestação de contas legitimador tanto da Fundação quanto do vínculo que, assim, a revista estabelece, explicitamente, com ela.

### 3.3.1 Edição 256: a edição que nos conectou com o passado



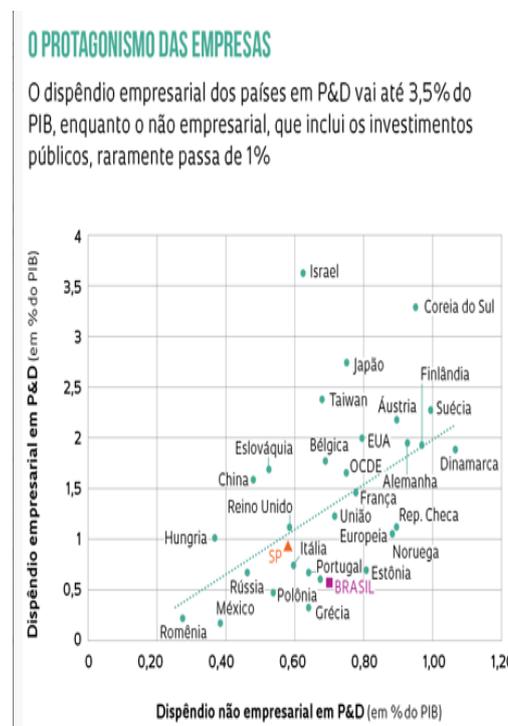
**Figura 56** Edição n. 256 (jun. 2017).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Publicada em junho de 2017, a edição n. 256 apresentou-se com a matéria de capa *Financiamento para a ciência – alternativas para contornar a perda de recursos incluem mobilizar o setor privado, aperfeiçoar políticas de inovação e melhorar a qualidade dos investimentos* e tratou, na já citada reportagem *Financiamento em crise*, de apresentar as resoluções tomadas pela FAPESP para manter seus investimentos diante dos cortes de recursos anunciados no orçamento do recém-criado Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicações (MCTIC) para 2017, com uma diminuição de aproximadamente 60% em relação a 2016. Essa edição nos permitiu analisar as estratégias assumidas pela instituição FAPESP e o modo como a mesma utilizou a revista durante anos para divulgar – e estabelecer – sua iniciativa com relação aos investimentos destinados às empresas privadas e, dessa forma, tornou-se um ponto de referência para nossa pesquisa, pois foi a partir desta edição que estabelecemos uma relação da presente divulgação com pontos do passado divulgado.



A promulgação em dezembro de uma emenda constitucional que impôs um teto para o crescimento de gastos públicos torna improvável um crescimento de recursos da União e dos estados, a menos que alguma engenharia financeira nova consiga identificar outras fontes de recursos e tenha respaldo político para ser implementada. Os olhos se voltam para o setor privado. No Brasil a participação das empresas no esforço nacional de P&D alcançou 47,1% dos investimentos em 2014, aquém do registrado nos Estados Unidos (64,1%), na Alemanha (65,8%) e no Japão (77,9%). São Paulo é exceção no cenário brasileiro, com 60% dos investimentos estaduais em P&D feitos por empresas (Revista *Pesquisa FAPESP*, edição n. 256).

Neste caminho, alicerçado sobre o discurso jornalístico científico, que enuncia capaz de mostrar a verdade, abunda o uso de números, porcentagens e gráficos comparativos, como este:



**Figura 58** Gráfico retirado da reportagem “Financiamento em Crise” (edição n. 256).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

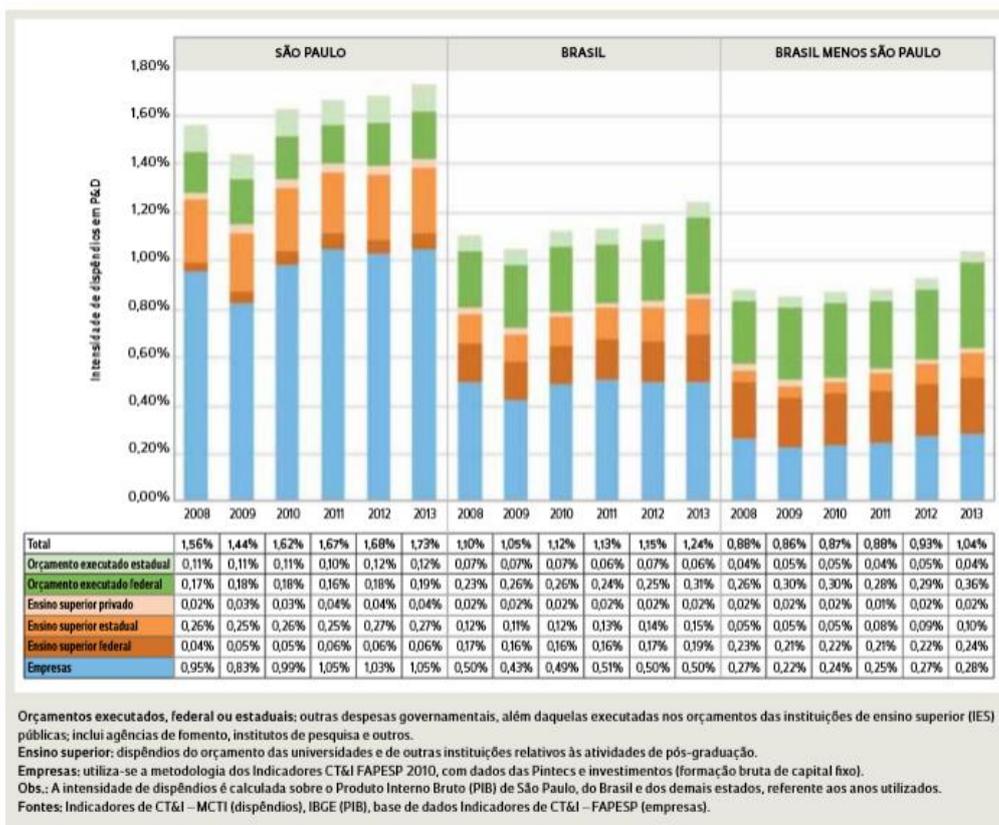
O argumento é que está “ciência” que vem enfrentando cortes de investimentos público só conseguirá enfrentar a situação respaldando-se no setor privado, aumentando suas relações com ele:

Não é um desafio trivial garantir a vitalidade de um sistema de ciência, tecnologia e inovação como o brasileiro, que, nas últimas décadas, se tornou progressivamente mais complexo. O país distanciou-se de um modelo que, até os anos 1960, apoiava projetos individuais de pesquisadores para organizar um sistema de pós-graduação que forma 18 mil doutores por ano e estabelecer uma rede de grupos de pesquisa que triplicou de tamanho desde 2000. “O sistema de financiamento à ciência no Brasil tem uma diversidade institucional que só é encontrada em países desenvolvidos”, observa o economista e ex-deputado federal Marcos Cintra, presidente da Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), agência vinculada ao MCTIC. “Com o corte dos investimentos, corremos o risco de pôr todo o esforço a perder. Um país que para de investir em ciência, tecnologia e inovação perde o contato com a fronteira do conhecimento e fica para trás.” Esse universo institucional multifacetado foi moldado por ferramentas e leis que instituíram novos modelos de gestão, incorporaram a dimensão da inovação ao sistema de C&T e buscaram estimular a interação entre universidades e empresas (Revista *Pesquisa FAPESP*, edição n. 256).

Apesar de algumas empresas já serem colaboradoras, entende-se que será necessário aumentar o número de colaboradores que investem em P&D, essa rubrica que opacifica a ideia de pesquisa, e a alternativa aparece como um melhoramento, pois, “em boa medida, os estímulos concedidos pelo governo substituíram investimentos que essas empresas possivelmente já fariam, em vez de multiplicá-los”, segundo o economista David Kupfer, professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), consultado na reportagem da referida edição.

## Intensidade de dispêndios em P&D (fração do PIB)

Dados de São Paulo, Brasil e Brasil menos São Paulo – 2008-2013



8 | ABRIL DE 2016

**Figura 59** Dispêndio em P&D de 2008-2013 (edição n. 242).  
 Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Neste caso, como podemos ver na figura acima, publicada em abril de 2016, a revista já vinha apresentando informações com relação a isso em edições anteriores à edição n. 256, pois como vemos no gráfico acima, o estado de São Paulo já se apresentava como um terreno fértil para mobilizar o setor privado na garantia de recursos para P&D e adquirir novos colaboradores que garantam, junto com a Fundação FAPESP, investimentos à pesquisa. A questão que se põe é, certamente, que pesquisa: P&D supõe financiar bolsas de iniciação científica, mestrados, doutorados, por exemplo?

Desse modo, a edição n. 256, *Financiamento para a ciência*, ao tratar centralmente dessa relação com as empresas, desenhou-nos um quadro sobre os dispêndios de P&D do estado, o papel das empresas na mobilização de recursos à pesquisa, o modo como a Fundação vinha investindo cada vez mais em programas que já existiam desde os anos 1990, como é o Pipe, por exemplo, o programa Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas

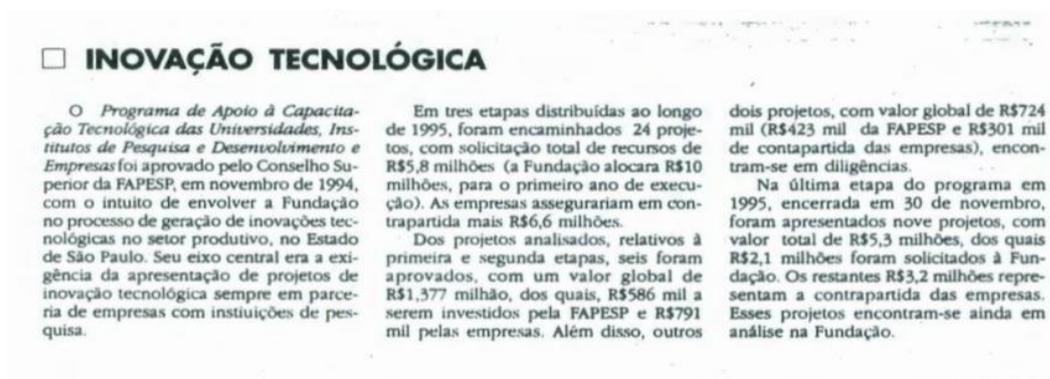
que, em 2016, como vimos, teve “228 novas propostas contratadas, ou mais de quatro por semana – quase uma por dia útil –, e investimentos de R\$ 55,5 milhões (*ver* Pesquisa FAPESP nº 257)”, entendendo-se que “tem dado uma enorme contribuição ao desenvolvimento científico, tecnológico e econômico do estado de São Paulo, estimulando a criação de empresas que prosperam e geram empregos e riqueza”, avalia o físico Carlos Henrique de Brito Cruz, diretor científico da FAPESP” (*Revista Pesquisa FAPESP*, edição 258, p. 38).

Assim, essa edição pôs em relevo, sobretudo, os programas e os investimentos realizados pela Fundação, o que nos sugeriu investigar os rastros desde as primeiras publicações, desde o primeiro informativo, e acompanhar o modo como a Fundação foi inserindo programas ligados às empresas, portanto à “ciência” divulgada na revista, que, como vimos, é explicitamente a decorrente do funcionamento da Fundação.

Nesse sentido, a edição n. 256 nos levou a olhar para os programas que a Fundação vinha implantando desde 1995 e para outras edições que apresentavam esse tipo de informação, não só ligados diretamente a “ciência brasileira”, mas que nos permitiram compreender a lógica de implantação de um tipo de programa específico, e, assim, como a “ciência” é referida nesse processo e neste tempo, uma vez que essa edição nos fez notar o momento presente, mas, principalmente, olhar para as textualizações construídas anteriormente, sua memória institucionalizada, sustentadora da solução proposta agora, como evidência.

Dessa forma, buscamos nos voltar para o passado, e na terceira edição do informativo, lançada em outubro de 1995, encontramos a reportagem da primeira página: *Inovação Tecnológica – FIESP garante apoio*, a qual apresentava o novo apoio da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) ao Programa de Apoio à Capacitação Tecnológica das Universidades, Institutos de Pesquisa e Desenvolvimento em Empresas, o qual foi aprovado pela Fundação FAPESP em novembro de 1994 e lançado em fevereiro de 1995 com recursos iniciais investidos pela instituição de R\$ 5 milhões. O programa, em tese, já construía uma prática de “estimular a parceria entre empresas e universidades ou outras instituições de pesquisas instaladas no Estado, com vistas ao desenvolvimento de projetos conjuntos de inovação tecnológica”. Neste mesmo sentido, também em 1995, a Fundação implementou o Programa de Apoio à Pesquisa em Parceria para Inovação Tecnológica (Pite), ainda vigente, o qual “destina-se a financiar projetos de pesquisas em universidades desenvolvidos em parceria com pesquisadores de centros de pesquisa de empresas localizadas no Brasil ou no exterior e cofinanciados por estas.” (Cf.

Suplemento *PIPE FAPESP – 20 anos de inovação*, lançado em dezembro de 2017), ambos são programas de incentivo que já vinham implantando uma “cultura inovadora”, sempre ligada à aplicação por empresas ou em empresas, desde o começo dos anos 1990.



**Figura 60** Texto publicado na edição n. 5 (jan. 1996).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Dois anos depois, em 18 de junho de 1997, a Fundação lança o Programa Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas (Pipe), apoiados pelo então governador Mário Covas governador do estado de São Paulo pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), entre janeiro de 1995 e janeiro de 2001, do que declarou na cerimônia de lançamento do programa “A Fundação está sendo um instrumento muito importante e ativo no auxílio a essas empresas [de base tecnológica]. A FAPESP tem que se manter assim, agressiva, ou seja, não aguardar a demanda da pesquisa, mas estimular, antecipar e incentivar a sua realização” (Revista *Pesquisa FAPESP*, Suplemento PIPE 20 anos, dezembro 2017). Com apoio político implantado, esta iniciativa estimulou o surgimento de uma nova cultura de pesquisas associadas às empresas privadas, que, para nossa surpresa, não se fundou no atual cenário como a edição n. 256 poderia fazer crer, mas que a Fundação vinha implantando desde meados de 1995, conforme se constata desde os primeiros informativos.

Mobilizadas essas iniciativas de implantar uma nova cultura nos investimentos, o Pipe tornou-se um programa inédito no cenário científico brasileiro, pois, além de ser o único a levar a pesquisa para dentro das empresas beneficiadas, pela primeira vez, uma agência brasileira de fomento à pesquisa científica concedia recursos públicos não reembolsáveis diretamente para pequenas e médias empresas com sede no estado de São Paulo, inicialmente com até 100 empregados e posteriormente ampliado para companhias paulistas com até 250 empregados.

Composto por três fases, a fase 1 e 2, com duração de 9 meses e até dois anos respectivamente, são “voltadas para demonstrar a viabilidade técnica e comercial de inovações surgidas a partir da solução de um problema de pesquisa” e “ao desenvolvimento do projeto de pesquisa propriamente dito, podendo chegar, por exemplo, à construção de um protótipo”<sup>42</sup>, fases que investiram inicialmente R\$50 mil e R\$200 mil<sup>43</sup>, o que chegou a R\$29,9 milhões em 2015. Já para a fase 3, “tem como objetivo o desenvolvimento final da inovação, seja um produto ou um serviço, e sua inserção no mercado” e até R\$ 15 milhões para atendimento às propostas selecionadas nesta fase.

Sob a especialidade de investir em P&D, a Fundação deve estabelecer parâmetros para direcionar determinados fundos, os recursos recebidos pela instituição FAPESP, ou seja, os recursos recebidos e os fundos de apoio a C&T do Estado passam por diretrizes administrativas como em qualquer instituição, seja ela pública ou privada; para tanto, criam-se normas para conduzi-los, de modo que se gerenciem conscientemente seus gastos e investimentos – no caso de uma organização que se define sobretudo por investir. Dessa forma, é sabido que a FAPESP, apesar de investir cerca de R\$1.137.355.628 em apoio a projetos de pesquisa, conforme foi apresentado na edição n. 258 publicada em agosto de 2017, como desembolso da Fundação em 2016, no estado de São Paulo, também cria suas normas e estabelece seus regimentos internos.

Com a criação de programas que investem em empresas, como: Programa de Apoio à Capacitação Tecnológica das Universidades, Institutos de Pesquisa e Desenvolvimento e Empresas; Programa de Apoio à Pesquisa em Parceria para Inovação Tecnológica (Pite) e Programa Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas (Pipe), é possível levantar a hipótese de que, tla como figura na edição n. 256, se trata de uma solução garantida para o Estado de São Paulo, como inclusive a Fundação vem testando desde os anos de 1990, de recuperar os investimentos: se a Fundação vive de 1% da receita tributária recolhida pelo estado de São Paulo, investir nas empresas pode ser compreendido como uma estratégia de garantir que haja empresas competitivas que contribuirão com seus impostos para o estado de São Paulo e, conseqüentemente, manterão a *engrenagem científica* funcionando – se a Fundação recebe 1% da receita tributária do estado de São Paulo, quanto maior for o investimento realizado pelas empresas, maior será o seu

---

<sup>42</sup> Informações retiradas do Suplemento especial lançado em dezembro de 2017 - *PIPE FAPESP – 20 anos de inovação*.

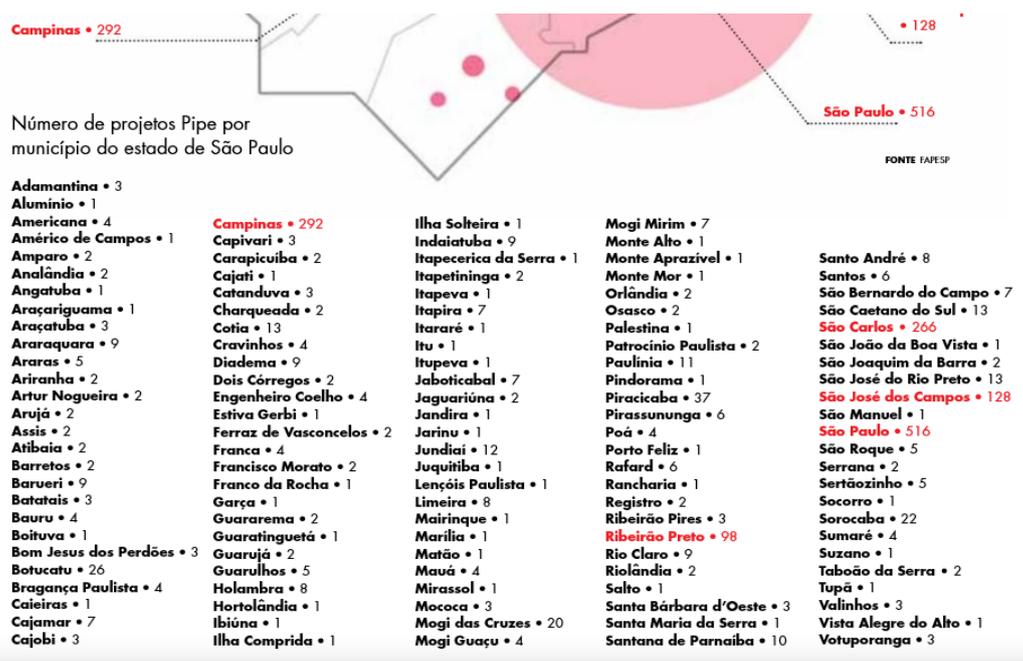
<sup>43</sup> Informações retiradas do Suplemento especial lançado em dezembro de 2017 - *PIPE FAPESP – 20 anos de inovação*.

dispêndio, o que, conseqüentemente, garantirá o montante de recursos embolsados por ela, conseqüentemente, o rendimento mensal será maior e isso faz com que o 1% da receita destinado à FAPESP seja maior também.

Como observado, a edição especial *PIPE FAPESP – 20 anos de inovação* publicada em dezembro de 2017 no n. 262, com a reportagem *O maior programa de estímulo à inovação*, deu-nos uma mostra do que o Pipe mobilizou nesses 20 anos:

Plataforma pioneira de apoio a empresas de base tecnológica do Brasil, o Programa Inovação em Pequenas Empresas (Pipe), da FAPESP, está completando 20 anos de existência. Nesse período, houve **1.921 auxílios contratados**, e também **2.959 bolsas concedidas**, vinculadas a esses auxílios. Foram **contemplados projetos de quase 1.200 micro, pequenas e médias empresas do estado de São Paulo**, totalizando cerca de **R\$ 400 milhões em desembolsos**. Criado com o **objetivo de estimular a inovação tecnológica e contribuir para a valorização da pesquisa na empresa**, o Pipe tem apoiado empreendedores que desejam **transformar conhecimento em novos produtos ou serviços**. Com frequência, fomenta a inovação em um momento crucial para o negócio: o seu nascimento (grifos nossos).

Logo no primeiro parágrafo da reportagem, acima, são apresentados os números de bolsas concedidas dentro desse programa, a quantidade de auxílios contratados, quantas empresas foram contempladas e os milhões desembolsados – informações que se apresentam como o grande potencial do programa Pipe. Além disso, são apresentados os municípios que possuíam mais projetos nesta modalidade.



**Figura 61** Número de projetos Pipe por município do estado de São Paulo – recorte da edição especial (dez. 2017)

Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Em uma ordem decrescente dos municípios que mais possuem projetos Pipe, estão: São Paulo, Campinas, São Carlos, São José dos Campos, Ribeirão Preto, sendo assim, podemos considerar, sobre este tipo de informação, o caminho dos investimentos concedidos pela Fundação por região, inclusive. A verificação do tipo de empresa, de sua relação com as universidades etc., pode ser um bom caminho de refinamento dessa informação. De modo a verificar se, por esse caminho, a pesquisa se afasta ou se aproxima de instituições que abrigam pesquisa como atividade-fim (caso das universidades, por exemplo) – e como.

Seguindo na mesma reportagem, a qual nos apresenta os resultados alcançados e, sobretudo, o funcionamento da *engrenagem científica*, como: geração de empregos, o salto no apoio à inovação e sua fonte de inspiração vinda dos EUA, a qual tratava do “Small Business Innovation Research (SBIR), criado por uma lei do Congresso dos Estados Unidos em 1982”, que tinha como finalidade “fortalecer a inovação em projetos de pesquisa e desenvolvimento (P&D) de pequenas e médias empresas norte-americanas”, nos interessou o seguinte excerto:

Durante a cerimônia de lançamento do Pipe, em 18 de junho de 1997, o governador **Mario Covas declarou: “A Fundação está sendo um instrumento muito importante e ativo no auxílio a essas empresas [de base tecnológica]. A FAPESP tem que se manter assim, agressiva, ou**

**seja, não aguardar a demanda da pesquisa, mas estimular, antecipar e incentivar a sua realização”.**

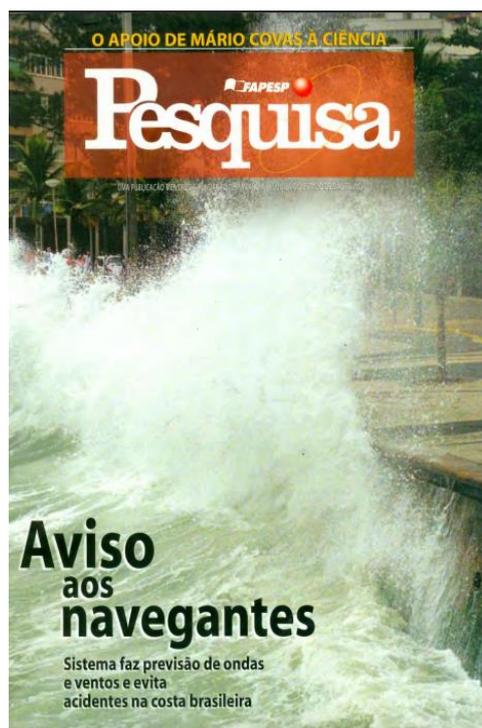
Na mesma solenidade, ao destacar a importância do programa, **Brito Cruz assinalou: “A ciência brasileira precisa virar PIB [Produto Interno Bruto] e quem faz o PIB é a indústria.** Para esta, mais do que nunca, os desafios da competitividade num mundo globalizado exigem a incorporação de ciência e tecnologia ao processo produtivo” (edição especial *PIPE FAPESP – 20 anos de inovação* n. 262, dez. 2017) (**grifos nossos**).

Nos dois trechos que destacamos, um retomado e outro que a ele se acrescenta, nos destacou o fato de a revista trazer à tona a fala do governador Mario Covas (PSDB) e a fala de Brito Cruz como emblemáticas do que se pretende com a “ciência brasileira” - “A ciência brasileira precisa virar PIB [Produto Interno Bruto] e quem faz o PIB é a indústria...”.

Sendo assim, passamos a atentar para os aspectos políticos na divulgação da revista, e verificamos que neste mesmo período algumas reportagens estavam diretamente associadas ao governador Mário Covas:

- Aprovado acordo de cooperação com instituto francês (edição n. 11, jul. 1996)
- Uma visão de ciência e tecnologia em três versões (n. 18, mar. 1997 – publicado por Mário Covas)
  - FAPESP vai financiar pesquisa tecnológica nas empresas (n. 22, jul. 1997)
  - Um projeto para revolucionar a ciência brasileira (n. 25, out. 1997)
  - C&T e o setor produtivo (n. 41, abr. 1999)
  - Íntegra do discurso do Secretário da Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico, Emerson Kapaz (n. 28, jan. 1998)
    - Um ano extraordinário para a FAPESP (n. 60, dez. 2000)
    - Presidência da FAPESP (n. 58, out. 2000)
    - Por um Brasil senhor de si (n. 62, mar. 2001)

Utilizando o buscador do site da *Pesquisa FAPESP*, obtêm-se 221 ocorrências do governador, o que nos dá pistas do quanto este governo estava associado às diretrizes da Fundação, como podemos constatar no excerto retirado da edição n. 69, de março de 2001, mês do seu falecimento:



**Figura 62** Capa da edição n. 62, publicada em março de 2001 (“O apoio de Mário Covas à Ciência”).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

A capa acima traz junto ao logo o enunciado “O apoio de Mário Covas à Ciência” marcando a edição com uma reportagem publicada na seção *Homenagem*, de onde se tratou de realizar agradecimentos, mas também mostrar quem ele foi, segundo a Fundação:

Mário Covas, no entanto, não só deu provas suficientes de visão estratégica no tratamento da ciência e da tecnologia, como desenvolveu ações muito concretas em benefício dessa área, a ponto de merecer do presidente e do diretor científico da FAPESP, Carlos Henrique de Brito Cruz e José Fernando Perez, em artigo recente, o epíteto de “governador da pesquisa” (Revista *Pesquisa FAPESP*, 2001, edição n. 62).



**Figura 63** Reportagem em homenagem a Mário Covas (edição n. 69, mar. 2001).  
 Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Dessa forma, constatamos, que a “ciência”, frequentemente vista e apresentada como neutra e imparcial, vai ser conduzida por programas e alianças que são influenciados inclusive por fatores de economia política que, neste caso, podemos depreender dos traços cenográficos que, como vimos dizendo, se apoia em um mundo ético: pautado pela lógica que exige ser agressivo e capaz de antecipar, estimular, movendo recursos e gerando riqueza industrial, empresarial: o “Brasil senhor de si” investe em “ciência e tecnologia” para “competir num mundo globalizado”.

Diante disso, podemos pensar como certas práticas, alimentadas discursivamente, possibilitam a criação ou o fortalecimento de funcionamentos, que possivelmente acabam construindo doutrinas (ou seja, conjunto de princípios que servem de base a um sistema de crenças, seja ele: religioso, político, filosófico, militar, pedagógico, entre outros – para nós, o científico). Do mesmo modo que é posto por Milton Santos (2002) acerca dos movimentos verticalizantes<sup>44</sup>, os quais estabelecem uma regulação cultural de determinadas práticas, ou seja, modos de fazer que acabam, neste caso, pelo “modo científico”, capacitando e realizando importantes formas de estabelecer uma direção em que os investimentos são postos. As práticas, transformadas em crenças, tornam-se doutrinas – forças culturais:

<sup>44</sup> Para Santos (2002), a verticalidade é “esse ‘espaço’ de fluxos formado por pontos, dotado de um papel regulador” (p. 15) e “regras e normas egoísticas e utilitárias (do ponto de vista dos atores hegemônicos), enquanto as horizontalidades levam em conta a totalidade dos atores e das ações” (p. 175).

Com a criação do Pipe, a Fundação, que já havia implementado em 1995 o Programa de Apoio à Pesquisa em Parceria para Inovação Tecnológica (Pite), **consolidou em São Paulo uma cultura inovadora que se disseminou por outras agências de fomento do país** (grifos nossos) (Edição especial *PIPE FAPESP – 20 anos de inovação* n. 262, dez. 2017).

Quando acreditávamos que só iríamos investigar os sentidos atribuídos à “ciência” e as vezes “ciência brasileira” nas relações parafrásticas, tal como se formulam no discurso de divulgação científica da revista *Pesquisa FAPESP*, nos deparamos com certos acontecimentos dos anos 1990 que fazem reverberar um desenho desse período, assim como o panorama científico construído na época e, principalmente, o modo como seu desenvolvimento chegou ao que é hoje: olhar para a direção em que os financiamentos da instituição são postos não foi uma escolha, mas foi necessário à medida em que fomos analisando cada edição da revista e verificando que o modo como esse objeto editorial foi se desenvolvendo se articula ao modo como a Fundação FAPESP foi se fortalecendo em seus propósitos, que pressupõem uma noção “ciência”, cuja vivificação muito deve à documentação e a sua circulação no discurso jornalístico científico característico da revista *Pesquisa FAPESP*.

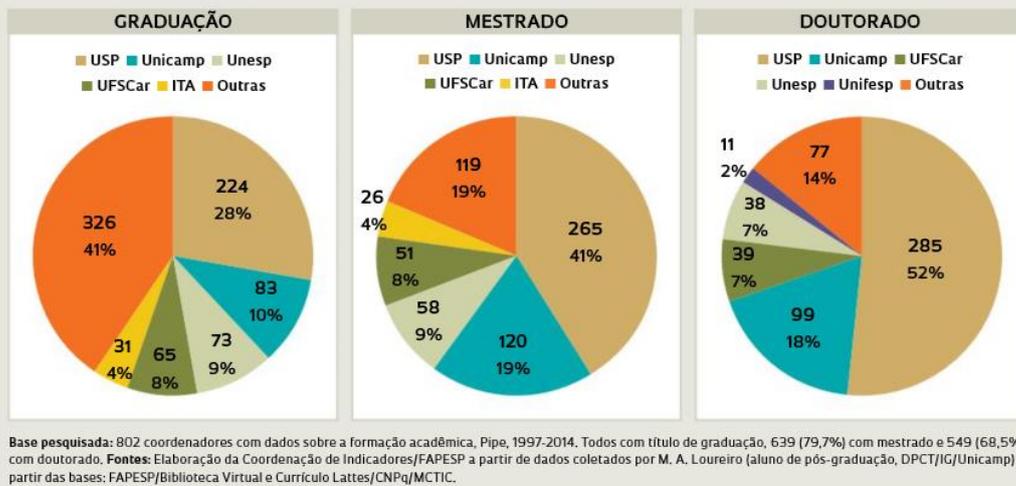
Enfim, podemos dizer que a edição n. 256, que abriu este tópico, apesar de se mostrar inaugural na iniciativa de promover programas que investem recursos públicos em empresas privadas para desenvolver pesquisas de inovação tecnológica, nos pôs em contato com o passado, sobretudo com os programas que abriram a primeira edição do informativo, no modo como os programas alimentados desde 1995 vão se desdobrar na atualidade como uma “solução” para a “comunidade científica”.

### ***3.3.2 USP: uma protagonista nas publicações da revista Pesquisa FAPESP***

Conduzida pela lógica da distribuição de recursos da Fundação, aparece, no mesmo conjunto de elementos cenográficos (gráficos, infográficos e tabelas), a alta frequência de notícias, notas, reportagens, pesquisas da Universidade de São Paulo (USP), sempre em destaque em todos os levantamentos publicizados pela revista. Veja-se, por exemplo, o dado a seguir:

## De onde vêm os coordenadores dos projetos Pipe

Instituições líderes na formação acadêmica dos responsáveis pelos projetos do programa Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas (Pipe) da FAPESP entre 1997 e 2014



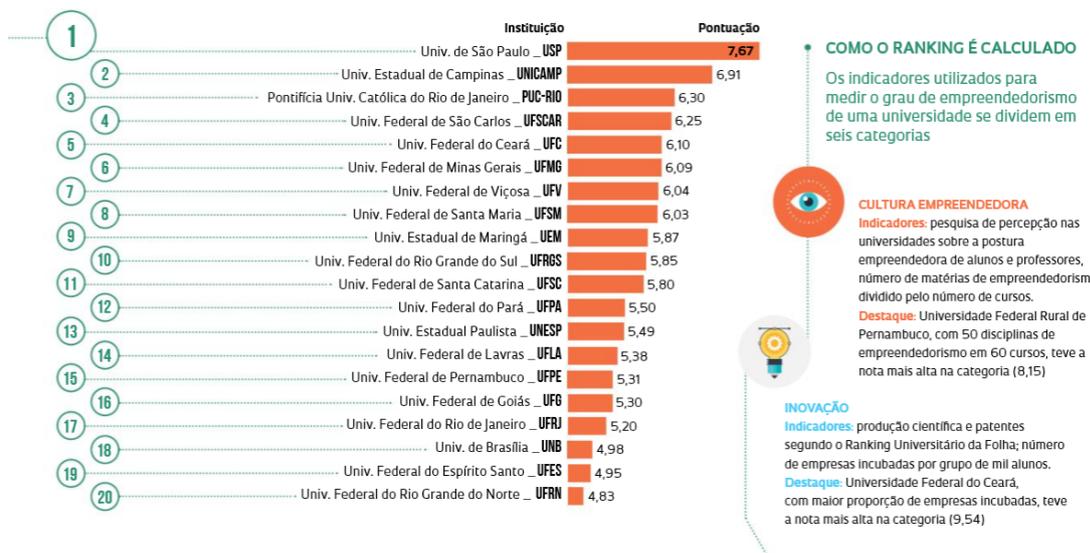
**Figura 64** Coordenadores dos projetos Pipe (edição n. 247, set. 2016).

Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Na edição n. 247, de setembro de 2016, um gráfico disponível na seção *dados* mostra de onde os coordenadores dos projetos Pipe vêm, com relação a graduação, mestrado e doutorado. Em todos os níveis, a maioria dos coordenadores provém da USP. Essa relação dos coordenadores apresentou-se com mais sentidos à nossa pesquisa, quando, em contato com outros dados, descobrimos que a USP era a universidade considerada “mais empreendedora” no momento da publicação:

## As notas das 20 primeiras colocadas

As instituições com melhor classificação no Índice de Universidades Empreendedoras 2016



**Figura 65** Ranking das universidades empreendedoras (edição n. 250, dez. 2017).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Fomos, então, chamados a observar em todas as edições que inserimos na tabela *Cópus Pesquisa FAPESP*, nas descrições das edições publicadas, se se tratava de uma coincidência daquele momento ou se estávamos diante de uma recorrência, de fato. Sem demora, constatamos logo no primeiro informativo divulgado que a universidade já se apresentava como a instituição mais aprovada com relação aos projetos enviados pela Fundação:

INSTITUIÇÕES	Nº Proj.	Milhões R\$	%
USP	176	19,05	42,24
UNICAMP	134	8,02	17,80
UNESP	201	8,62	19,12
SEC. ESTADO	88	4,61	10,23
FEDERAIS	68	4,28	9,49
PARTICULARES	17	0,51	1,12
TOTAL	684	45,09	100 %
EM CONTRATAÇÃO	91		

**Figura 66** Edição n. 1 (ago. 1995).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

E, um ano depois, em maio de 1996, mantinha-se em primeiro lugar com relação aos financiamentos distribuídos pela Fundação:

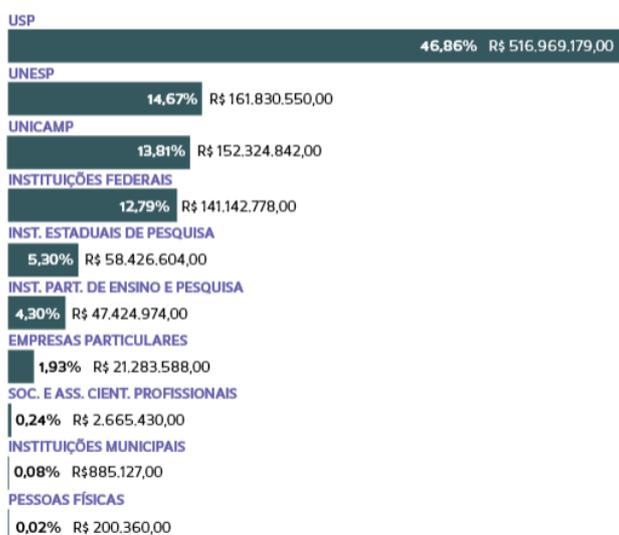


**Figura 67** Distribuição dos financiamentos (edição n. 9, maio 1996).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Se compararmos este quadro de 1996 com a instituição de ensino que recebe mais recursos da Fundação recentemente apresentado, a USP se mantém na mesma faixa dos 46%:

#### O DESTINO DOS RECURSOS

Desembolso realizado pela FAPESP em 2013 segundo o vínculo institucional dos pesquisadores



**Figura 68** Desembolso realizado pela FAPESP em 2013 (edição n. 223, set. 2014).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Podemos dizer, portanto, que a USP se mantém como a instituição que mais recebe recursos da Fundação desde 1995, com um volume expressivo de recursos e modalidades de destinação, que a coloca não só à frente nos ranqueamentos, mas muito à frente, sempre com metade ou mais do montante total. Isso nos faz levantar certas hipóteses, pois estamos diante de verticalidades, as quais vão criando certos padrões próprios e de exclusivos benefícios, afinal, uma instituição de ensino que tem muitos projetos aprovados cria meios de produção estruturas e obtém resultados que revertem em sua seleção para destaque: publica mais, é mais citada, e se torna cada vez mais candidata a receber os auxílios e investimentos, conforme o funcionamento da *engrenagem científica* – aquela que funciona com base no aumento de investimentos e geração de lucro nos termos da retroalimentação: quanto mais uma instituição de ensino e pesquisa recebe investimentos da Fundação FAPESP, mais recursos ela terá para continuar investindo em pesquisa, o que logicamente permitirá que a mesma tenha mais chances de produzir uma “ciência” de impacto:

## Ciência de impacto

Trabalhos altamente citados de dez instituições de ensino e pesquisa no Brasil com mais citações entre 2004-2014

Instituição	Total de documentos no Web of Science	Número de citações	Citações/documento	Documentos altamente citados	% dos altamente citados/total
1. Universidade de São Paulo (USP)	73.577	645.270	8,77	473	0,64
2. Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)	24.456	199.789	8,17	168	0,69
3. Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	21.954	184.989	8,43	158	0,72
4. Universidade Estadual Paulista (Unesp)	25.418	154.971	6,1	78	0,31
5. Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	18.324	144.778	7,9	96	0,52
6. Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	16.277	128.616	7,9	72	0,44
7. Universidade Federal de São Paulo (Unifesp)	13.859	121.136	8,74	66	0,48
8. Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz)	9.844	89.884	9,13	60	0,61
9. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	9.213	63.335	6,87	24	0,26
10. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa)	9.322	55.741	5,98	46	0,49

Fontes: InCites, Essential Science Indicators, Highly Cited Papers, 2004-2014. As dez instituições estão ordenadas por número de citações.

10 | FEVEREIRO DE 2015

**Figura 69** Ranking das instituições que mais são citadas em trabalhos (edição n. 228, fev. 2015).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Posto isso, atestamos, no corpúsculo, representado pelo quadro acima, como os próprios dados que se divulgam vão reiterando essa liderança estabelecendo práticas e modelos a partir dela, gerindo práticas balizadoras do que se elege como ideal –

“Instituições ibero-americanas mais citadas em patentes mundiais”, cada vez mais sobre um padrão mundial:



**Figura 70** Edição n. 234 (ago. 2015).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Nos resta verificar se estamos diante de um projeto político, pois na medida em que este quadro se repete, a Fundação estabelece uma lógica de investimentos que não se modificam, pois, segundo a própria lógica da *engrenagem científica*, quem mais recebe recursos para desenvolver pesquisas, se mantém pesquisando, se mantém publicando, dessa forma, a USP vai aparecer sempre em primeiro lugar, seja pelos recursos recebidos, pelas empresas que abre, pelas publicações que realiza ou pelo número de vezes que é citada. Estamos diante de um projeto de concentração e não de distribuição.

## Volume e visibilidade

Trabalhos indexados das 10 universidades brasileiras com maior volume de produção

Universidade	Nº de artigos ESI 2001-2011	Nº de citações	Citações/artigo
USP	53.700	416.204	7,75
Unicamp	20.076	145.370	7,24
Unesp	17.889	93.587	5,23
UFRJ	17.862	127.030	7,11
UFRGS	13.798	100.194	7,26
UFMG	11.864	82.383	6,94
Unifesp	9.489	72.148	7,60
UFSC	6.412	39.164	6,11
UFPR	6.261	33.550	5,36
UFSCar	6.024	37.219	6,18

Fonte: Essential Science Indicators, Thomson Reuters

**Figura 71** Reprodução de tabela extraída da seção “Dados” (edição n. 194, abr. 2002).  
Fonte: revista *Pesquisa FAPESP*.

Diante dos elementos cenográficos descritos, relativos às textualizações sobre a gestão da FAPESP, podemos dizer que a revista divulga uma “ciência” que é:

- investimento – movimenta a *engrenagem científica*
- lucro - baseia-se em recursos financeiros
- PIB - deve gerar o desenvolvimento de uma região ou, a partir daí o país
- parcial – apoia certas áreas e instituições muito mais do que outras
- política – é influenciada diretamente por projetos políticos e ações governamentais

Este levantamento reitera que a “ciência” que se textualiza na revista *Pesquisa FAPESP* por meio do discurso jornalístico científico atribui valores e sentidos que estão enraizados ao *mundo ético* que fomentou a Fundação FAPESP e sua estreita relação com o ideário de progresso privatista, com as empresas privadas e as atividades das ciências laboratoriais e que rendem patentes e outros produtos rentáveis, marcadamente as que são desenvolvidas na Universidade de São Paulo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

O leme deve pesar um milésimo do peso do transatlântico, mas o leme diz para que lado vai. Na FAPESP, nós costumamos pensar que a FAPESP parece mais com o leme de um transatlântico do que com um transatlântico (Carlos Henrique de Brito Cruz – Diretor científico da FAPESP. Colóquio "Desafios para Ciência e Tecnologia em São Paulo" em 2 de out. 2017 no Auditório do Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia (CCET/UFSCar)).

O percurso feito nesta pesquisa consistiu-se basicamente em mostrar cenografias que permitem compreender o que é “ciência” no discurso textualizado na revista *Pesquisa FAPESP*, olhando para esse objeto editorial de divulgação científica (nos termos de FOSSEY, 2006) como um vetor de sensibilidade que aponta para uma matriz de sociabilidade, sendo que ambos se fortalecem nessa relação configurada em um mídiu – um objeto técnico que dá força material a uma ideia (DEBRAY, 2000). Podemos dizer que a revista *Pesquisa FAPESP* é um mídiu muito poderoso que, atravessado por um discurso constituinte, o científico, funde-se numa cena englobante híbrida que reverbera científicidade à luz da verdade buscada pelo jornalista – único capaz de esclarecer os comuns sobre o que fazem os especialistas (Cf. CAVALCANTI, 2006).

O longo processo que permitiu a produção da tabela *Cópus Pesquisa FAPESP*, rastrear, nas primeiras 270 edições, as cenografias mais recorrentes, que participam fortemente da construção do que é a “ciência” que este mídiu faz vibrar com sua circulação, sensibilizando para valores de um mundo ético que a própria Fundação FAPESP estabelece em suas diretrizes e a que dá publicização nesse dispositivo, dando visibilidade ao resultado de seus investimentos e suas pesquisas financiadas, de modo a legitimar aquilo em que investe e que financia, retomando um ciclo concentrador.

Partindo do enlace descrito entre vetor e matriz, conseguimos verificar o funcionamento de uma cena englobante híbrida, na qual se sustenta o ethos discursivo de um jornalista cuja voz é, por vezes, a do próprio cientista, como vimos em Fossey (2006), sendo que esses lugares discursivos se misturam e deixam de marcar suas fronteiras, permitindo que um discurso constituinte assegure a legitimidade da fonte à veracidade elaborada pelo discurso segundo, fiador ele mesmo da busca pela verdade que caracteriza o discurso jornalístico. Assim se faz “ciência”: textualizando um discurso que se apresenta

como científico, mas que é, antes de mais nada, o discurso sobre ciência da FAPESP, no qual os termos “ciência da FAPESP” podem, também, ser entendidos como um sintagma.

A instituição cuja existência está diretamente relacionada ao funcionamento do discurso científico, que tem a força de um discurso constituinte encarnado nesse objeto técnico como um produtor de diretrizes que conformam uma comunidade, é vista como um “leme”: o que dá a direção a ser navegada. Esse mídiun constrói-se embasado em normas e princípios produtores de crenças de um mundo ético construído pela Fundação. Nesse sentido, notamos, através do que chamamos de três conjuntos cenográficos distintos (1. Peças publicitárias, 2. Áreas do conhecimento e 3. Gestão FAPESP), que “ciência” na revista *Pesquisa FAPESP* é algo *nacional* – “ciência brasileira”, *neutro* - “acima de tudo, informação”, *integrador* – “em todos os campos do conhecimento”, *certificado* – pela instituição fiadora, a FAPESP, mas que, discursivamente, também se mostra **profética** – “um passo à frente do conhecimento”, **paulista** – pois divulga efetivamente artigos de pesquisas desenvolvidas no estado de São Paulo, no qual se concentram os investimentos da Fundação, **divulgadora das ciências exatas, biológicas e agrárias** – excluindo-se ciências humanas e sociais, linguística, letras e artes e Interdisciplinares, **política** – é diretamente influenciada pela conjuntura política, **investidora** – movimenta a *engrenagem científica e tecnológica* que se pretende vanguarda do país, **lucrativa** – baseia-se em recursos financeiros que devem ser rentáveis para retornar para ela como receita tributária e **seletiva** – apoia certas áreas e instituições muito mais do que outras.

Como vimos, na parte **3. Gestão FAPESP**, a “ciência” divulgada na revista *Pesquisa FAPESP* não é *produção do conhecimento* apenas, ela é a produção do conhecimento financiado, que “apenas presta contas da razão de ser de uma dada instituição” (FOSSEY, 2006, p. 33), e é assim que a publicação tem o poder de criar e estabelecer certas crenças necessárias ao valor desse tipo de instituição (Cf. DEBRAY, 2000). Sendo assim, apesar de frequentemente se dizer que a “ciência” deve ser considerada uma produção de conhecimento neutro, ela é sobretudo produção de crenças, ou seja, formas de conduzir um discurso que emerge de certos princípios a que dá sustentação e, que, por exemplo, definem o que deve ou não ser financiado como pesquisa. No percurso da revista estudada, os termos *tecnologia* e *inovação* vão sendo articulados ao termo *pesquisa* apontando uma direção que a própria cenografia da revista evoca, como vimos.

Em **2. Marginalia Científica**, vimos que a diferença de investimento entre áreas do conhecimento também é digna de nota, assim como a própria flutuação das designações relativas ao grupo de pesquisas alocado em *humanidades*. Sobretudo se considerarmos que se tem disseminado fortemente a necessidade de que se possa “obter mais impacto científico, social e econômico para a pesquisa que se faz no Estado de São Paulo”, como Carlos Henrique de Brito Cruz, diretor científico da FAPESP enfatizou no Colóquio "Desafios para Ciência e Tecnologia em São Paulo" realizado em 2 de outubro de 2017 no Auditório do Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia (CCET/UFSCar) e depois, pela segunda vez, no Departamento de Engenharia de Materiais também da UFSCar em 21 de novembro de 2017 em comemoração dos 45 anos do departamento, onde proferiu a mesma conferência. Se não há clareza, nem produção expressiva sob a rubrica *humanidades*, como medir seu impacto?

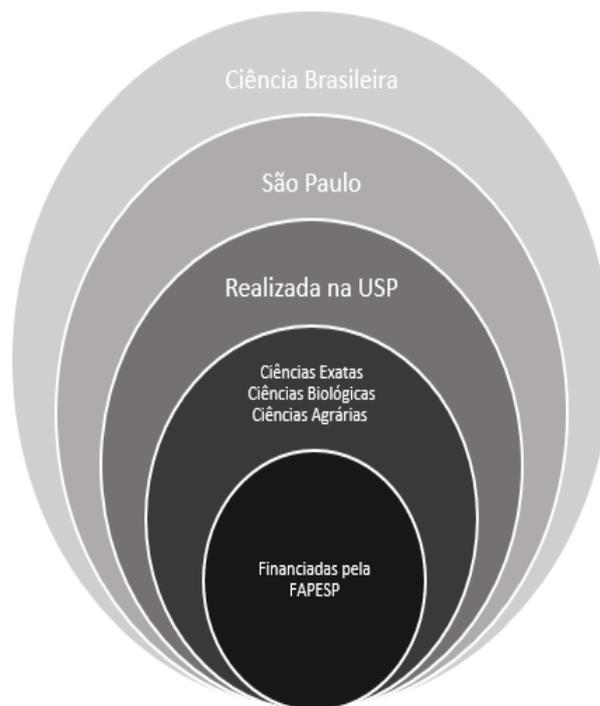
Em **1. Publicidade**, durante o processo de construção da tabela Cópus Pesquisa FAPESP ficou evidente que a revista de divulgação científica mostra o quanto “ciência”, que no modo de divulgar da *Pesquisa FAPESP* recebeu a predicação “brasileira”, prevalecem dados, resultados, programas e instituições do estado de São Paulo. Isso produz uma certa psicosfera, na qual se inscreve o mundo ético evocado (e talvez possamos dizer cultivado) na revista. Algo típico do atual período, que se caracteriza, entre outras coisas, pela força dos dispositivos que distribuem informação:

Ao mesmo tempo em que se instala uma tecnosfera dependente da ciência e da tecnologia, cria-se, paralelamente, e com as mesmas bases, uma psicosfera. A tecnosfera se adapta aos mandamentos da produção e do intercâmbio e, desse modo, frequentemente traduz interesses distantes; desde, porém, que se instala, substituindo o meio natural ou o meio técnico que a precedeu, constitui um dado local, aderindo ao lugar como uma prótese. A psicosfera, reino das ideias, crenças, paixões e lugar da produção de um sentido, também faz parte desse meio ambiente, desse entorno da vida, fornecendo regras à racionalidade ou estimulando o imaginário. Ambas - tecnosfera e psicosfera - são locais, mas constituem o produto de uma sociedade bem mais ampla que o lugar. Sua inspiração e suas leis têm dimensões mais amplas e mais complexas (SANTOS, 2002, p. 204).

Dito isto, entendemos que este mídiun, como objeto técnico, compõe a tecnosfera do atual período em sua circulação (local) e, assim, contribui para fazer ressoar uma psicosfera (um conjunto de crenças e valores preponderantes) que propicia certos entendimentos do que seja “ciência”, pois:

O batimento entre tecnoesfera e psicoesfera permite, assim, operar com outra noção basal da análise do discurso: as posições imaginárias que referem o jogo de projeções constitutivas dos lugares discursivos em que se instituem, como sujeitos, os atores que definem e legitimam os dispositivos. (SALGADO, 2013, p. 691).

Dessa forma, compreendemos as relações que definem o mídiu estudado: a “ciência” disseminada no discurso da revista *Pesquisa FAPESP* nada mais é do que a *ciência* construída a partir das crenças instauradas na própria Fundação FAPESP, sendo, portanto, *uma ciência*:



**Gráfico 2** A ciência divulgada na revista *Pesquisa FAPESP*.  
Fonte: elaboração própria.

A ciência que a revista discursiviza é uma **ciência (de)limitada**, pois se diz “brasileira” com foco permanente no que acontece “apenas do estado de São Paulo”, e quando diz “São Paulo”, está se referindo às pesquisas realizadas principalmente na USP, e não só, pois restringe-se fundamentalmente aos projetos associados às áreas de ciências exatas, biológicas (saúde) e agrárias e que, acima de tudo, são financiados pela Fundação FAPESP na sua perspectiva de fomentar as empresas.

Assim, quanto mais a revista circula dizendo que divulga “ciência brasileira”, mais sensibiliza nessa direção que a homologa à ciência financiada pela Fundação FAPESP. Se um mídiun é um objeto técnico que torna uma ideia força material, temos, então, que a revista *Pesquisa FAPESP* consagra o padrão empreendedor empresarial paulista como parâmetro da pesquisa no Brasil.

## REFERÊNCIAS

---

Brasil. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Secretaria de Planejamento e Investimentos Estratégicos. Plano Plurianual 2004-2007 : relatório anual de avaliação : ano base 2005:exercício 2006 / Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Secretaria de Planejamento e Investimentos Estratégicos -- Brasília: MP, 2006. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/orcamento-da-uniao/leis-orcamentarias/ppa/2004-2007/ppa-2004-2007/proposta/anexo1.PDF>> Acesso em: 31 mar. 2019.

BOURDIEU, P. **Os usos sociais da ciência**. São Paulo, UNESP, 2003.

CAVALCANTI, J. R. No “mundo dos jornalistas”: interdiscursividade, identidade, ethos e gêneros. 2006. 200 f. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, 2006. Disponível em: <[http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/270827/1/Cavalcanti\\_JauraniceRodrigues\\_D.pdf](http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/270827/1/Cavalcanti_JauraniceRodrigues_D.pdf)>. Acesso em: 19 mar. 2019.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

CHIBENI, Silvio Seno. O que é ciência. **Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Unicamp**, 2004.

CHIEREGATTI, A. **Mídium e gestão dos espaços canônico e associado nas plataformas colaborativas Wattpad e Widbook**. 2018. 241 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2018.

CLARES, L. **Dispositivos comunicacionais e produção de imaginários: o caso dos periódicos científicos**. Projeto de pesquisa. 2015. (mimeo).

DEBRAY, R. **Acreditar, ver, fazer**. Tradução de Eliana Maria de Melo Souza. Bauru: EDUSP, 2003. (Coleção Ciências Sociais).

\_\_\_\_\_. **Curso de midiologia geral**. Petrópolis: Vozes, 1993.

\_\_\_\_\_. **Manifestos midiológicos**. Petrópolis: Vozes, 1995.

\_\_\_\_\_. **Transmitir: o segredo e a força das ideias**. Tradução de Guilherme Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 2000.

DE SOUSA SANTOS, B. **Um discurso sobre as ciências**. 8. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2018.

FOSSEY, M. F. **A semântica global em duas revistas de divulgação científica: Pesquisa FAPESP e Superinteressante**. 2006. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.

LE GOFF, J. **A história deve ser dividida em pedaços?** Tradução de Nícia Adan Bonatti. São Paulo: Unesp, 2015.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação.** Tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2002.

\_\_\_\_\_. Cenas da Enunciação. In: POSSENTI, S.; PEREZ, M. C. (Org.). **Cenas da Enunciação.** Tradução de Sírio Possenti e Maria Cecília Perez. São Paulo: Parábola Editorial, 2008a. p. 37-73.

\_\_\_\_\_. **Discurso e análise do discurso.** Tradução de Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

\_\_\_\_\_. **Discurso literário.** Tradução de Adail Sobral. São Paulo: Contexto, 2006.

\_\_\_\_\_. A noção de ethos discursivo. **Ethos discursivo.** São Paulo: Contexto, p. 11-29, 2008b.

\_\_\_\_\_. Ethos, cenografia, incorporação. Tradução de Sírio Possenti. In: AMOSSY, R. (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos.** São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.

\_\_\_\_\_. **Gênese dos discursos.** Tradução de Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008c.

MAINGUENEAU, D.; CHARAUDEAU, P. **Dicionário de análise do discurso.** São Paulo: Contexto, 2004.

MARANHÃO, A. C. K.; GARROSSINI, D. F. A Mediologia de Régis Debray: limites e contribuições ao campo comunicacional. **Em Questão**, v. 16, n. 2, p. 33-47, 2010.

MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Org.). **Ethos discursivo.** São Paulo: Contexto, 2008.

SALGADO, L. S. **Ritos genéticos editoriais: autoria e textualização.** São Paulo: Annablume/Fapesp, 2016.

\_\_\_\_\_. **Ritos genéticos no mercado editorial: autoria e práticas de textualização.** 2007. 299 f. Tese (Doutorado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Unicamp, Campinas, 2007. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/268892>>. Acesso em: 17 mar. 2019.

\_\_\_\_\_. Grupo de pesquisa “comunica–inscrições linguísticas na comunicação”: um trabalho no limiar. In: **II Jornada Internacional GEMInIS: Entretenimento Transmídia: Conteúdos Multiplataformas. Anais da II Jornada Internacional GEMInIS Internacional GEMInIS.** São Carlos (SP): UFSCar, 2016. Disponível em: <[http://www.jig.ufscar.br/?wpfb\\_dl=33](http://www.jig.ufscar.br/?wpfb_dl=33)>. Acesso em: 31 mar. 2019.

SALGADO, L. S.; ANTAS JUNIOR, R. M. A criação num "mundo sem fronteiras": paratopia no período técnico-científico informacional. **Acta Scientiarum. Language and Culture**, Maringá, v. 33, n. 2, p. 259-270, 2011.

SALGADO, L. S.; CLARES, L. Dispositivos comunicacionais e produção de imaginários: o caso dos periódicos científicos. **Filologia e Linguística portuguesa**, v. 17, n. 2, p. 675-693, jul./dez. 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11606/issn.2176-9419.v17i2p675-693>>. Acesso em: 17 mar. 2019.

\_\_\_\_\_. Mediação editorial em artigos científicos: um estudo de injunções e apagamentos nas humanidades. **Revista do GEL**, v. 14, n. 3, p. 29-58, 2017. Disponível em: <<https://revistadogel.gel.org.br/rg/article/view/1886>>. Acesso em: 17 mar. 2019.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Edusp, 2002.

\_\_\_\_\_. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. Edusp. 4. ed. 9. reimp. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2017.

\_\_\_\_\_. **Espaço e Método**. 1. reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. **Território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

TSCHICHOLD, J. A forma do livro: ensaios sobre tipografia e estética do livro. Trad. José Laurênio de Melo. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.