

---

## **A FAPESP e a Ciência da Comunicação: Legitimação, Contribuição e Construção da Área<sup>1</sup>**

Rodrigo GABRIOTI<sup>2</sup>

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

### **RESUMO**

O artigo retrata a pesquisa de Doutorado que considerou 912 projetos, entre Bolsas de Estudos e Auxílios, fomentados pela FAPESP, de 1992 a 2016, em Comunicação. Propõe-se, a partir dos dados compilados da Biblioteca Virtual da Fundação, uma construção taxionômica da Área. Por meio da Pesquisa Documental e da Análise de Conteúdo, se compreendem as tendências de estudos e se produzem índices e indicadores das linhas de fomento, aplicando o método das inferências. Parte dos resultados atingidos são: a pesquisa em Comunicação segue atrativa e se centraliza na cidade de São Paulo; alguns objetos de estudo simbolizam a primeira passagem secular na Área; o impasse conceitual sobre o que é Comunicação se mantém; e a metapesquisa é necessária, nos Programas de Pós-Graduação brasileiros, para mensurar e refletir sobre o que se escreve e se produz.

**PALAVRAS-CHAVE:** Auxílios à Pesquisa. Comunicação. Bolsas de Estudo. FAPESP. Fomento.

Construir uma Taxionomia para a Comunicação, a partir das pesquisas que receberam aval científico e apoio financeiro da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) entre 1992 e 2016, é possível quando nos propomos a considerar que um banco de dados supera a noção de conjunto de meras informações estatísticas que venham a ser utilizadas somente como indicadoras de produtividade. Elas podem ser um ponto de partida para a sistematização de dados capazes de ajudar a entender a História da Comunicação sem que esta se traduza apenas por gráficos e ações de uma superficial linha do tempo.

Paradoxalmente sofrendo um impasse conceitual entre os pares, a Comunicação incorre em processos humanos de troca, em relações mediáticas e também em questionamentos que se validam em problemas de pesquisa. Esse conjunto permite tratar

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP América Latina, Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo, e-mail: [rgabrioti@hotmail.com](mailto:rgabrioti@hotmail.com).

---

algumas vertentes. As mais plausíveis são a noção de campo, em Pierre Bourdieu (2004), que acredita na presença de integrantes posicionados em um território sobre o qual se busca autoridade ainda que por meio de lutas simbólicas; a Ciência, vista como algo difícil, pelo fato de os fenômenos comunicacionais ocorrerem por meio de objetos que agregam olhares particulares e diversos. Contrários a exemplos de ciências legitimamente estabelecidas, os processos comunicacionais não estão sob a mira de um microscópio, ou seja, são de uma natureza que pouco apresenta objetos concretos para análise. Por isso, exigem perspectivas diferentes que muitas vezes convergem para uma questão muito presente na Área: a interdisciplinaridade.

Em sua natureza taxionômica, a FAPESP assume que todo trabalho, submetido a ela, é científico. Suas modalidades de apoio foram crescendo, ao longo do tempo, desde as bolsas de estudo dos anos de 1960; os projetos temáticos da década de 1990; os eventos de internacionalização como *FAPESP Week*; as pesquisas com a Internet até a divulgação científica por meio da Agência FAPESP e a Biblioteca Virtual, base documental que possibilitou realizar a nossa pesquisa por reunir projetos financiados, a partir de 1992, quando houve a primeira inclusão de informações nesse sistema de dados<sup>3</sup>. Relacionar a FAPESP aos estudos em Comunicação é apostar em um dos primeiros sintomas notáveis e bem claros da Área, que é o peso das instituições na validação e legitimação da pesquisa científica.

Estudar essas produções acadêmicas, a fim de verificar suas contribuições na legitimação do conhecimento, tendo como horizonte uma agência de fomento, representa que, institucionalmente, a FAPESP é uma das possíveis fontes legitimadoras do saber comunicacional. Outro fator considerado é sua presença em um polo importante de pesquisa do país – o estado de São Paulo – condição justificada pelos Dados Quantitativos de Programas Recomendados da CAPES, disponíveis em seu site com base na Plataforma Sucupira<sup>4</sup>. Dos 55 Programas de Pós-Graduação em Comunicação, no Brasil, São Paulo detém 15 deles. Assim responde por 27,27% da Pós-Graduação da Área no país. O professor José Marques de Melo (2015) afirma que São Paulo figura como polo

---

<sup>3</sup> Em 2018, ano de encerramento da pesquisa, em nova consulta à Biblioteca Virtual da FAPESP ([www.fapesp.br/by](http://www.fapesp.br/by)), encontramos incluídos os dados de pesquisas, desde o início dos apoios, nos anos 1960, porém sem a organização sistemática do período de nossas amostras.

<sup>4</sup> Ver os dados completos dos cursos reconhecidos e recomendados em <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/programa/quantitativo/quantitativoIes.jsf?areaAvaliacao=31&areaConhecimento=60900008>.

---

dinamizador desse novo campo do saber com validade em todo o território nacional. Tal assertiva talvez se explique pelo êxodo de muita gente (não seria diferente entre pesquisadores) para a maior capital brasileira. Embora a metrópole São Paulo tenha sua importância, como potência nacional e internacional, não se pode pensar, em um exercício de metapesquisa, de forma bairrista, haja vista que, em outros espaços do Brasil, também se faz pesquisa de qualidade com temáticas que, de modo geral, formam realidades e perfazem a grande diversidade cultural e comunicacional existente no país.

O interesse de nosso trabalho é realmente saber como a Área vem sendo discutida e construída através do fomento. Neste sentido, é que se propõe a Taxionomia, construída a partir das pesquisas apoiadas pela FAPESP, e que fazem parte do recorte analisado, na base de dados da Biblioteca Virtual, no período correspondente de 1992 a 2016. Trata-se de uma apropriação dessas amostras a fim de inseri-las em um sentido de sistematização do conhecimento produzido, sinalizando as tendências dos estudos realizados pelos pesquisadores.

### **Taxionomia: conceitos e caminhos à luz da Biblioteca Virtual da FAPESP**

A noção de Taxionomia se aproxima muito de nossa Área, no que tange sua organização. Segundo Aganette, Alvarenga e Rocha Souza (2010), não há definições ou aplicações precisas sobre o conceito que, a partir de consultas bibliográficas, se constroem e se legitima como ferramenta ou processo com origens, usos e funções diferenciados. A etimologia de taxionomia vem do grego *taxis* (ordem) e *nomos* (norma), o que já precede sua perspectiva de um modo de organização estruturado a categorias, independentemente da Área do conhecimento, embora suas origens venham da Biologia com a publicação da obra *Systema Naturae*<sup>5</sup>, em 1735, pelo cientista e médico sueco Karl Von Linné. Entretanto, como lembra Vickery (1980) in Aganette, Alvarenga e Rocha Souza (2010), essas origens no âmbito da botânica, da zoologia e da paleontologia se tornaram chave no trabalho contemporâneo dos investigadores das ciências naturais e sociais, ou seja, toda forma de conhecimento pode ser agrupada e organizada. E é esta a nossa proposta quando, diante de 912 pesquisas analisadas em **Bolsas de Estudo no Brasil, Bolsas de Estudo no Exterior, Auxílio Regular à Pesquisa, Auxílio Publicação e Auxílio Pesquisador**

---

<sup>5</sup> O livro estabelece a classificação hierárquica das espécies.

---

**Visitante**, escolhemos a partir das classificações epistemológicas da própria FAPESP, e suas variadas formas de apoio, os dados que servem para trabalhar uma possibilidade de Taxionomia da Comunicação.

Partimos das amostras, submetendo-as a classificações por nós estipuladas, para mapear por meio das pesquisas, os temas abordados, as instituições onde se realizam os estudos, os procedimentos metodológicos adotados e as referências bibliográficas consultadas. De modo geral, manuseamos documentos com informações através das quais se construíram indicadores e inferências atendendo à proposta metodológica da Análise de Conteúdo. É na perspectiva prática de nosso objeto de pesquisa que Edols (2001) in Aganette, Alvarenga e Rocha Souza (2010) relaciona os ambientes digitais com as formas automatizadas de criação da informação, estabelecendo assim, a relação da Taxionomia como um foco de estudos das Ciências da Informação, o que delibera em nosso entendimento, uma estreita ligação com a Comunicação, afinal, os dados são manipulados, trabalhados, para a produção de conhecimento a ser compartilhado. Além disso, isto leva a outra visão de Edols (2001) de que a taxionomia se torna uma importante ferramenta de entendimento sobre como uma área de conhecimento é organizada, se relaciona e interage com as outras. É neste princípio que trazemos o panorama da Área da Comunicação, por meio do apoio FAPESP. Fatores estes que, segundo Terra (2004) in Aganette, Alvarenga e Rocha Souza (2010), representam conceitos através de termos; melhoram a comunicação entre especialistas e outros públicos; controlam a diversificação e mapeiam o processo de conhecimento. Tal conceito, aplicado à nossa pesquisa, demonstra que é possível identificar o que se está produzindo, em que lugar e de que forma seguindo o exercício que burila os dados inseridos, em um sistema digital, como o da Biblioteca Virtual. Mais do que possibilitar consultas, o que fazemos com esta pesquisa, é oferecer os passos percorridos entre 1992 e 2016 para a construção da Área da Comunicação.

Ainda nos estudos sobre Taxionomia, há propostas de classificações, como as feitas por Aganette, Alvarenga e Rocha Souza (2010), autores que se propuseram a estudar os elementos constitutivos do conceito taxionômico. Entre as classificações apresentadas, assemelham-se à nossa investigação, a Taxionomia Descritiva e a Taxionomia Corporativa. Pela primeira, entende-se a constituição de vocabulários controlados, a partir de tesouros, adicionando a eles diversos tipos de palavras, ortografias, formas e dialetos falantes para que o usuário tenha maior liberdade na hora

de buscar um assunto. Foi nessa perspectiva do descritivo que produzimos sete categorias para demonstrar e agrupar as tendências e perspectivas das pesquisas fomentadas rastreando quem, o quê, quando, onde e como a pesquisa se realiza: (1) *Instituições*: quadro demonstrativo das Universidades e Faculdades que aderem ao fomento como recurso de pesquisa tanto no âmbito público quanto no âmbito privado; (2) *Pesquisadores*: indicação do número de homens e mulheres que pesquisam bem como a divisão entre pesquisadores responsáveis e beneficiários que quase sempre não se tratam da mesma pessoa; (3) *Temas de Pesquisa*: quantificação dos temas pesquisados, revelados pelas palavras-chave, mencionados como assuntos de pesquisa na base de dados da FAPESP; (4) *Metodologias*: quantificação das metodologias de pesquisa mencionadas nos resumos dos projetos submetidos à FAPESP; (5) *Referências Bibliográficas*: número de autores utilizados como referencial para os projetos de pesquisa analisando essa variável pela dicotomia da nacionalidade brasileiros *versus* estrangeiros; (6) *Pesquisadores estrangeiros*: mensuração dos pesquisadores que receberam colegas ou alunos brasileiros em instituições no exterior; (7) *Países-sede*: países para onde pesquisadores, com apoio da FAPESP, foram realizar suas pesquisas. Tais indicadores permitem interpretar o universo analisado na tentativa de transformar um legado institucional em fluxo de conhecimento produzido, um processo que ainda é desconhecido junto às instâncias de decisão da Fundação.

Por outro lado, a Taxionomia Corporativa é, no entendimento de Woods (2004) in Aganette, Alvarenga e Rocha Souza (2010), a hierarquia das categorias utilizadas para classificar documentos e outras informações dentro de uma representação da organização. É o que identificamos, na Biblioteca Virtual da FAPESP, onde é possível acessar as modalidades de fomento de acordo com os resultados refinados a partir de pontos de partida predeterminados pela instituição. Pelo que a Biblioteca Virtual oferece em termos de resultado – ainda que sem o estabelecimento de um princípio taxionômico – acompanha a ideia de Conway (et al, 2002) in Aganette, Alvarenga e Rocha Souza (2010) de que as taxonomias corporativas podem criar uma importante ferramenta de gerenciamento do capital intelectual da mesma, uma variável que constatamos como despercebida pela FAPESP e que pode ter uma alternativa, a partir das mensurações que nossa pesquisa apresenta, ao suprir essa suposta falta de gerenciamento do capital intelectual, que se torna instrumental e organizado, a partir da classificação de elementos de variada natureza, fazendo da taxionomia a representação de conhecimentos existentes

---

que formam um Universo de Documentos, como definem Campos e Gomes (2007), reforçando assim, seu caráter organizacional diante de um contexto.

No caso das pesquisas recuperadas, na Biblioteca Virtual, nos propusemos a instrumentalizar e organizar o conhecimento, tendo como referência os dados, para encontrar um sentido que ofereça elementos para construir e legitimar a Área da Comunicação, a partir da contribuição da FAPESP. A Biblioteca Virtual<sup>6</sup> é o centro de documentação e informação da FAPESP que reúne os dados sobre projetos que conseguiram fomento nas mais diversas modalidades. Criada, em 2004, e inaugurada em 2005, tem como objetivos tornar públicos os projetos financiados, divulgar as áreas temáticas e disseminar a memória institucional da FAPESP. Em sua navegabilidade, permite acessar outras informações como produções resultantes dos auxílios e bolsas, convênios, acordos de cooperação, mapas, gráficos e a própria Tabela de Áreas do Conhecimento. No período de 2005 a 2009, os dados foram inseridos e editados manualmente por uma equipe técnica sendo que, a partir de 2010, eles passaram a ter migração automática das Bases Agilis e SAGE. Em poucos casos, há falta de informação, sintoma que pode ser decorrente do então processo manual de alimentação de dados.

Para chegar ao sentido proposto pela organização taxionômica, é preciso considerar, segundo Campos e Gomes (2007), qual problema a taxonomia está tentando responder e qual é o volume de informação agregada. Em nosso caso, o problema ao qual tenta se responder, por meio da pergunta de pesquisa, é o seguinte: independentemente do impasse conceitual experimentado e mal resolvido, quando se consideram esses 25 anos de pesquisas de Iniciação Científica, Mestrado, Doutorado, Doutorado Direto e Pós-Doutorado com bolsas de estudo, no Brasil e no Exterior, mais os auxílios regulares à pesquisa, auxílios para pesquisador visitante e auxílio publicações, nas mesmas instâncias categóricas, quais tendências e perspectivas podem ser atribuídas à construção da natureza taxionômica dos estudos em Comunicação?

Até chegar a essa resposta, a operacionalidade para isso corresponde ao que Campos e Gomes (2007) apontam sobre “a captura do conhecimento é uma etapa de elaboração da taxonomia em que o objetivo é o levantamento dos assuntos que deverão ser acomodados numa estrutura classificatória, servindo como ponto de acesso à informação”. Para isto, eles apontam quatro fases principais: (1) captura do

---

<sup>6</sup> O Relatório de Atividades 2016 da FAPESP revelou que a Biblioteca Virtual conta entre 1992 e 2016 com 118.583 Bolsas no Brasil; 9.392 Bolsas no Exterior e 90.393 Auxílios à Pesquisa cadastrados.

conhecimento; (2) análise dos documentos e informações; (3) elaboração da estrutura classificatória; (4) validação. Para a captura do conhecimento, mapeamos todo repertório documental de apoios e chegamos às 912 pesquisas apoiadas em **Bolsas de Estudo no Brasil, Bolsas de Estudo no Exterior, Auxílios Regulares à Pesquisa, Auxílio Publicação e Auxílio Pesquisador Visitante**. Pela segunda etapa proposta, analisamos os resumos de pesquisa e extraímos os dados necessários, de acordo com as categorias que estabelecemos, para a construção do mapeamento quantitativo que atende as perspectivas e tendências dos projetos financiados. A terceira etapa gerou os sete indicadores, aplicados a cada tipo de fomento, dentro do recorte da amostra. E por fim, para a validação, produziram-se indicadores e inferências, constituídos a partir de resultados quantitativos, e a aplicação da análise de conteúdo.

As pesquisas que serviram de base documental para este trabalho datam, a partir de 1992, fechando esse recorte de tempo em 2016. O período inicial, 1992, é porque este era o primeiro ano de registro de pesquisas na Biblioteca Virtual, quando do início de nossa pesquisa. Já, 2016 foi escolhido porque era o último ano de pesquisas financiadas e que seriam concluídas antes do encerramento de nosso estudo, em 2018. O ano de 2017 foi desconsiderado para que não houvesse nenhuma pesquisa que se encontrasse em andamento, pois, nenhum projeto se fecharia no referido ano. Pela base de dados da Biblioteca Virtual da FAPESP, foi possível realizar um mapeamento de estudos a partir dos quais fossem identificados *momentuns* de investigação, problematizados nas mais diversas etapas de formação dos pesquisadores e que tenham deixado contribuições e indicativos para dar um norte ao que se produz em Comunicação, sob a perspectiva de uma agência de fomento. Este desejo se respalda na premissa teórica de Jacques Le Goff (1990), quando diz que a memória é um elemento social que forma a entidade.

Para chegar às tendências dos estudos em Comunicação, foram construídas três hipóteses. A primeira considera a passagem do século XX para o século XXI, nos estudos em Comunicação, com a aparição de temas contemporâneos, decorrentes de novos tempos da cultura social como objeto de pesquisa. Ao mesmo tempo em que esses objetos se inovam como prática comunicacional, eles se atêm à análise pelos paradigmas teórico-metodológicos que seguem modelos referenciais da pesquisa acadêmica. A segunda hipótese reside na tentativa de solucionar o impasse conceitual sobre o lugar de fato em que se situa a Comunicação (Campo? Disciplina? Área? Ciência?). Uma dificuldade inerente a todas as categorias de fomento, independentemente do nível de formação do

pesquisador, seja ele discente ou docente, da Iniciação Científica ao Pós-Doutorado. Há pouca inovação nesse sentido em um saber de pesquisa fortemente institucionalizado. E, por fim, a terceira hipótese está na assertiva de que o mapeamento de pesquisas revela caminhos e tendências que podem estimular os Programas de Pós-Graduação a fazerem uma metapesquisa, nos moldes da que realizamos, para refletir sobre suas linhas de atuação, dando essa organicidade que se busca à Comunicação. Esse método propicia avanços, como se estes estivessem alinhados com sua própria evolução histórica, tendo as pesquisas de seus discentes um direcionamento para a construção epistemológica, tema pouco discutido na Área.

Enfim, para propor uma Taxionomia, partiu-se do pressuposto do fluxo da produção de conhecimento, por considerarmos que é do ambiente acadêmico, representado pela vida universitária, que emergem as contribuições para serem referendadas e se tornarem temas de debates, diálogos e questionamentos que perpassam pelos apoios da FAPESP, desde a Iniciação Científica até o Pós-Doc e as Publicações. Assim, a partir de cenários já constituídos, aplicaram-se técnicas para se alcançar o objetivo definido pelo estudo. Por meio da Pesquisa Documental, o trabalho se valeu dos documentos históricos e informativos da FAPESP, bem como os resumos disponibilizados de projetos de auxílios à pesquisa e bolsas de estudo, no banco de dados da Biblioteca Virtual. Inclusive, os resumos servem como “guia de orientação” para o encaminhamento dos projetos na fase de análise dos pedidos.

Já com a Análise de Conteúdo, foi possível aferir efetivamente a contribuição dada pelos sujeitos de pesquisa na produção axiológica em um ramo científico – o das Ciências Sociais – pouco valorizadas e sempre pré-julgada pela relevância e utilidade de suas pesquisas. E vista pelo professor Marques de Melo (2012) como a prima pobre das Ciências Sociais em face das poucas solicitações de apoio financeiro para pesquisas. Seguindo os pressupostos teóricos e técnicos, de Laurence Bardin (2011), o ponto de partida do trabalho residiu nos documentos disponíveis sobre os quais se aplicaram as técnicas de Leitura Flutuante e Escolha Efetiva. A noção de Leitura Flutuante está no contato com os documentos analisados, construindo impressões e orientações. Escolhê-los representa selecionar o que é suscetível ao problema levantado. Assim se justifica que todos os 912 projetos em Comunicação são essenciais para saber qual é a construção taxionômica possível de se efetivar pelos fomentos da FAPESP. Mediante o problema de pesquisa, optou-se pelo método das inferências, considerando os polos da emissão,

mensagem, significação e *medium* para que colaborem no sentido de referendar índices e indicadores, que representam dados gerais, constituídos a partir do universo de linhas de fomento da FAPESP, considerando as amostras já mencionadas.

### **A produção dos Indicadores e Inferências em 25 anos de Pesquisas**

Constituir esse panorama permite reconstruir parte do itinerário da pesquisa em Comunicação a fim de compreender sobre o que vem se falando, sobretudo, nas questões temáticas, metodológicas e bibliográficas para assim apontar as tendências de estudo da Área, entre 1992 e 2016. Consultados os 912 projetos, eles se distribuem em 583 bolsas para estudos nacionais, 82 para estudos internacionais e 247 auxílios à pesquisa, como demonstram os quadros abaixo:

#### **QUADRO 1 – Bolsas no Brasil**

<b>Categoria</b>	<b>Anos</b>	<b>Quantidade</b>
Iniciação Científica	1992-2016	299
Mestrado	1992-2016	178
Doutorado	1993-2016	68
Doutorado Direto	2007-2016	2
Pós-Doutorado	1998-2016	36

**Fonte: Biblioteca Virtual FAPESP**

#### **QUADRO 2 – Bolsas no Exterior**

<b>Categoria</b>	<b>Anos</b>	<b>Quantidade</b>
Estágio Iniciação Científica	2012-2016	14
Estágio Mestrado	2013-2016	8
Estágio Doutorado	2012-2015	5
Estágio Pós-Doutorado	2012-2016	7
Estágio Pesquisa	1996-2016	48

**Fonte: Biblioteca Virtual FAPESP**

---

**QUADRO 3 – Auxílio à Pesquisa**

<b>Categoria</b>	<b>Anos</b>	<b>Quantidade</b>
Auxílios Regulares	1993-2016	71
Auxílios Publicações	1993-2016	117
Auxílios Pesquisador Visitante	1994-2016	59

**Fonte:** Biblioteca Virtual FAPESP

Estes primeiros dados sinalizam uma maior vigência entre os fomentos destinados às **Bolsas no Brasil** e aos **Auxílios à Pesquisa**. A participação de pesquisadores brasileiros, no exterior, tardou uma década. Percebe-se também que os ciclos iniciais da formação do pesquisador respondem pelo maior número de apoios. Embora a FAPESP atribua apenas a doutores a viabilidade do fomento, eles se tornam meio – no sentido de *medium* mesmo – para a realização de pesquisas de estudantes de outras categorias, ou seja, um estudante de Iniciação Científica não consegue participar do processo de solicitação sem estar vinculado a um professor doutor.

Em nossa tese, todo o universo de pesquisa demandou analisar cada amostra, porém, por questões de espaço, neste artigo, fica impossível apresentar um a um. Por isso, é que dentro de cada grupo - “**Bolsas no Brasil**”, “**Bolsas no Exterior**” e “**Auxílios à Pesquisa**”- se construiu um breve perfil, a respeito deles, compreendendo todos os resultados pelos quais pode se pensar, então, a construção taxionômica da Área da Comunicação.

Começando pelas **Bolsas no Brasil**, afirma-se que existe a atração de novos pesquisadores. É patente o predomínio da Universidade Pública, na conquista de fomento, o que demonstra que as instituições privadas precisam conhecer mais sobre a possibilidade de conseguir apoio. Existem três grandes centros de excelência, na Área da Comunicação, e que aproveitam muito bem o incentivo da FAPESP à pesquisa: a USP (que se confunde com a história da própria FAPESP); a PUC-SP (que percebeu positivamente essa possibilidade de incentivar seu corpo discente aos fomentos da FAPESP); e a UNESP Bauru (que se destaca na Iniciação Científica e no Mestrado, as instâncias iniciais de formação do pesquisador). Consideramos centros de excelência as instituições que reuniram o maior número de apoios e presença constante na obtenção de fomentos dentro da nossa amostra. A capital São Paulo é o destino de quem pretende estudar os temas da Comunicação de forma mais aprofundada. Enquanto os orientadores

são predominantemente homens, entre os orientandos, quem mais conseguiu bolsas de estudo foram mulheres. O Jornalismo predomina entre os temas de pesquisa e isso tem uma justificativa, pois, muitas vezes, essa disciplina se confunde e se assimila com a própria Comunicação. Em relação às metodologias, pode-se dizer que a FAPESP necessita exigir mais informação de dados de pesquisa ou rever a alimentação de seu banco de dados, pois, algumas vezes não constam menções a respeito da adoção metodológica de pesquisas, que entre todas as etapas de **“Bolsas no Brasil”**, se direcionam ao uso recorrente da Pesquisa Bibliográfica. Concomitantemente a esse assunto, o referencial bibliográfico que mais teve informações prestadas foi entre os pesquisadores do Mestrado. Porém, o que ficou evidenciado, é que a Área ainda se vale da literatura estrangeira. O predomínio de produções de fora do Brasil é extenso. O Pós-Doutorado é o tipo de fomento que mais adota a literatura estrangeira sendo que o fomento, no qual se lê mais autores brasileiros, é a Iniciação Científica. Uma característica que faz sentido, já que a maioria de nossas produções se ocupa em debater a complexidade do campo, conhecimento propício e necessário para quem está ingressando na Área.

Em relação às **Bolsas no Exterior**, nota-se que é possível ampliar a participação da produção brasileira, uma vez que esse tipo de fomento é uma prática muito recente. Também por conta desse curto espaço de tempo, já dentro do século XXI, encontra-se atravessada a primeira passagem secular dos estudos em Comunicação, que coincide com a presença mais marcante da digitalização em nossas vidas com fenômenos emergentes para serem analisados e que propiciam novas experiências pela Comunicação, particularmente, entre os mais jovens. O público que busca essa vaga, no Exterior, é o de professores pesquisadores que já orientam trabalhos e que, de alguma forma, propiciam esse intercâmbio na Área. Também se destaca o trabalho da UNESP Bauru nas fases iniciais dos pesquisadores – Iniciação Científica e Mestrado – posto assumido, do Doutorado em diante, pela USP. Na Bolsa Pesquisa, há de se destacar, mais uma vez, a participação da PUC-SP e a expressiva participação da UNIP. Em termos de professores que orientam, a maioria é homem, tanto no Brasil quanto fora dele, no cargo de supervisão. A Europa tem ligeira vantagem na preferência de destino dos bolsistas. Depois, aparecem os EUA. Na Iniciação Científica, Jornalismo e Relações Públicas são as principais temáticas de estudo com aparição da Internet e a estratégia metodológica da Entrevista em Profundidade. Já, no Mestrado, os temas de pesquisa ficam entre Cinema

e Comunicação Pública, tendo como metodologia em destaque, a Pesquisa Bibliográfica. No Doutorado, já aparecem temáticas mais modernas, assim como no Pós-Doutorado e nas Bolsas Pesquisa. Inclusive, no Pós-Doc, existem preocupações de pesquisa com as questões filosóficas da Comunicação. No Doutorado, a metodologia mais utilizada foi a Análise de Discurso, enquanto no Pós-Doutorado, foi a Pesquisa Exploratória e, nas Pesquisas, o Estudo Comparado, que se justifica porque muitos professores pesquisadores acabam importando teorias para aplicá-las em seus contextos de trabalho. Uma característica bastante pertinente disto é a adoção de literatura estrangeira que se torna mais fácil de importar por conta dessa vivência no Exterior. Ainda sobre a condição literária, há um fator curioso, entre os fomentos de Pós-Doc, com o Prof. Dr. Ciro Marcondes Filho, da ECA/USP, que traz um alento ao Brasil colocando a literatura científica do país, na liderança, o que conforme analisado, se justifica pela participação de seus orientandos na maior parte dos fomentos concedidos. Considerando tal prática, é possível que outras instâncias promovam o mesmo e, de alguma forma, valorizem a produção teórica brasileira que certamente tem muito a contribuir com a Área.

Entre as **Publicações**, 103 das 117 foram de livros no Brasil. Isto representa 88,03%. Já, em relação aos livros publicados no exterior, eles totalizam apenas três publicações, o que representa 2,57%. Os temas mais abordados foram o Jornalismo, em nove ocasiões (3,58%); Artigos de Periódicos, Censura e Periódicos Científicos, com oito menções (3,18%); Cinema e Psicanálise, com sete aparições (2,78%).

Em relação ao **Auxílio Pesquisador Visitante**, percebe-se que os temas de pesquisa mais representativos não necessariamente tratam do que é pesquisado de fato, pois, Cooperação Científica e Intercâmbio de Pesquisadores se constituem em palavras-chave que justificam a natureza do fomento em questão. Aliás, isto deveria ser revisto na Área. Uma alternativa, em nosso entendimento, seria a adoção de termos representativos, como por exemplo, o tipo de Comunicação estudada e seus fenômenos. Conseqüentemente, aparecem os temas mais representativos e que se referem a pesquisas, no caso, versando sobre Epistemologia e Jornalismo, que demonstram as tendências de que os pesquisadores de fora vêm contribuir para a formação dos pesquisadores e que uma Área do conhecimento se aproveita mais das discussões propiciadas pela vinda dos professores do exterior.

Uma vez apresentados os indicadores, se desenvolveram também as inferências que representam, como entende Bardin (2011), a análise de conteúdo da análise de

conteúdo. Após todos os procedimentos de pré-análise, chega-se aos resultados de interpretação, partindo das operações estatísticas, para se compreender por onde transita a pesquisa em Comunicação fomentada pela FAPESP ao longo dos 25 anos, analisados na Biblioteca Virtual da Fundação. As variáveis de inferência, incluídas no quadro abaixo, foram construídas a partir das percepções encontradas nas amostras que registram as práticas de pesquisa na Área.

#### QUADRO 4 – Inferências

VARIÁVEIS DE INFERÊNCIA	INTERPRETAÇÃO / DESCRIÇÃO / HIPÓTESES
<p><b>1. Interesse pela Pesquisa em Comunicação</b></p> <p><b>2. Universidade Pública</b></p> <p><b>3. Universidades e Faculdades Particulares</b></p> <p><b>4. Objeto de Pesquisa</b></p>	<p>- Confirma-se quando as fases iniciais, Iniciação Científica e Mestrado, apresentam grande demanda por bolsas.</p> <p>- Exigência da Dedicção Exclusiva impede que muitos pesquisadores em formação deixem de trabalhar.</p> <p>- Cenário de cortes de investimentos</p> <p>- As realidades são levadas para dentro das instituições, por meio de projetos de pesquisa, que as problematizam.</p> <p>- O fomento como custeio do ensino.</p> <p>- Essas instituições precisam saber mais sobre como conseguir apoios. Há escritórios da FAPESP em muitas instituições.</p> <p>- Carece de maior sistematização por conta da grande fragmentação da Área.</p>

<b>5. Pesquisa Bibliográfica</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Falso discurso de que tudo é ou possa vir a ser Comunicação.</li><li>- Recurso inerente, mas não o principal da pesquisa.</li></ul>
<b>6. Complexidade da Comunicação</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Engano em pensar como algo complexo.</li></ul>
<b>7. Internacionalização</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Critério de avaliação dos Programas.</li><li>- Depende da relação do orientador com algum contato no Exterior.</li></ul>
<b>8. Interdisciplinaridade</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Entender os limites fronteiriços com a Área da Comunicação.</li><li>- Fragilidade sistêmica da Área em se abrir a outros saberes sem priorizar o enquadramento de sua própria Área.</li></ul>
<b>9. Localização geográfica</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Equiparação Capital e Interior.</li><li>- A capital, São Paulo, como grande centro de estudos.</li></ul>
<b>10. Especialização dos Programas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Há uma pluralidade de pesquisas nos Programas.</li><li>- Nem sempre se pensa no aprimoramento da Área.</li><li>- Necessidade de cada Programa revisitar suas produções ao longo de sua história de atuação.</li></ul>

---

## Considerações Finais

Os dados de pesquisas que abastecem a Biblioteca Virtual da FAPESP guardam semelhança ao conceito de autorreflexão da Ciência, como defende Edgar Morín (2010). Esse reexame de estudos financiados, que se traduzem em vivências centradas no ambiente da academia, não trata de reformular o que se pesquisou, mas, revelar perspectivas e tendências – parcialmente desconhecidas pela própria FAPESP – em um exercício taxionômico, em 25 anos de produções, que circulam pela via de mão dupla do fomento, com a Fundação viabilizando financiamento e os pesquisadores, discentes ou docentes, seniores ou em formação, trilhando por outro lado, a pista do conhecimento. E como diz Maria Cristina Gobbi (2015), um dos grandes desafios para compreender o cenário comunicativo brasileiro, por meio da academia, é conhecer e reconhecer os temas que cotidianamente provocam pesquisadores.

Justamente para reconhecer essas provocações, realizamos a pesquisa sobre as produções fomentadas pela FAPESP. E por meio disso, conseguimos neste artigo, estabelecer o perfil taxionômico da Área da Comunicação, considerando uma inflexão a um recorte da vasta produção acadêmica, no Estado e, sobretudo, do Brasil, pois, há muito mais produtividade para além das bolsas e auxílios concedidos pela FAPESP, que é sim, uma ferramenta importante para a legitimação da pesquisa científica, condição que suscita uma esperança de que a Comunicação seja vista no caminho de ciência, embora ainda seja muito dúvida, formar um conceito definitivo sobre isto.

Resgatamos nestas considerações finais, nossas hipóteses de pesquisa. Em relação à primeira, que trata a passagem do século XX ao XXI, nos Estudos em Comunicação, comprova-se a presença de temas decorrentes de novos tempos da cultura social como objeto de pesquisa e a tradição mantida dos paradigmas teórico-metodológicos; o tratamento da tecnologia digital como objeto; a abordagem da Netnografia – ainda que de forma tímida e irrisória – como metodologia de pesquisa; a Semiótica referenciando questões sobre as práticas comunicacionais contemporâneas e a força do Jornalismo como objeto de estudo. Por meio disto, projeta-se que os pesquisadores precisam acompanhar mais de perto os fenômenos emergentes, tanto por sua natureza quanto pela relação que estabelece diante dos meios tradicionais, já constituídos na esfera pública. A efemeridade que as tecnologias contemporâneas oferecem aos meios não os deixam tão perenes, como os veículos massivos e suas presunções ideológicas. Uma situação que coloca em risco a

---

sobrevivência de paradigmas tão duradouros, embora, seja notória que a perspectiva digital traga alguns encantamentos sedutores que se esvaem e se substituem por outros revestidos de igual ou até ampliada sedução. Talvez, se ainda haja receio em inovar na pesquisa, por que não revisitar os paradigmas para saber se eles ainda formulam explicações plausíveis diante de um cenário em constante, e acelerada, transformação?

Em relação à segunda hipótese, que é a tentativa de solucionar o impasse conceitual da Comunicação, registra-se que nenhum pesquisador se preocupa de fato com essa realização que se torna uma problemática em aberto. As preocupações dos pesquisadores se concentram em torno de seus objetos com particularidades que se tornam fragmentações e necessidades de realização. Logo, as questões de campo, disciplina, área e ciência parecem algo mais disciplinar e subjetivo dentro de um processo pedagógico. Retomando o postulado de Wilhelm Dilthey (2010), de que todos os posicionamentos são válidos, o único conceito que, de fato, não cabe à Comunicação é o de disciplina. Campo, Ciência e Área são admissíveis e estão alinhados às convenções e convicções de cada sujeito de pesquisa. Nega-se uma definição cabal sobre a Comunicação, do ponto de vista da pesquisa. Entretanto, em relação às suas práticas, percebe-se que há mais facilidade em compreendê-la como troca, relação e indústria midiática. Ainda não se tem um ponto central, em relação a uma natureza, da qual possa partir um pressuposto que sinalize legitimamente o que seja Comunicação. Pelo pesquisado, junto à FAPESP, é difícil no aspecto prático, afastá-la da noção de campo. Por tais aportes, lançamos duas reflexões que servem de provocações. A primeira delas é se ainda é tempo de buscar esse presumido conceito de Comunicação? E o segundo, se essa busca que ainda se faz, não tem atrapalhado e sustentado esse impasse que trava novas perspectivas?

Por fim, a terceira hipótese está na assertiva de que o mapeamento de pesquisas revela caminhos e tendências, que podem estimular a metapesquisa nos Programas de Pós-Graduação. A revisão das produções discentes e docentes poderia, inclusive, vir a ser um projeto de pesquisa temática, financiado pela FAPESP, tendo como integrantes, pesquisadores que poderiam formar uma rede paulista de investigação para mapear o que se pesquisou até agora em Comunicação.

Assim os dados apurados e analisados, em nosso estudo e trazidos parcialmente neste artigo, revelam indicadores valiosos de produtividade, na Área, que se demonstra altamente fértil para a realização da pesquisa. Estabelecemos um ciclo envolvendo os

projetos de pesquisa, submetidos à FAPESP, que por sua vez, ao aceitá-los, os legitimam. Nossa problematização em entender por onde transita a pesquisa em Comunicação, à luz do fomento, busca oferecer aspectos positivos e negativos para estimular e convidar nossos pares ao exercício da autocrítica. Uma condição urgente já que ninguém ainda parece ter se dado conta que a Área não deve ser um conjunto de particularidades, mas sim, um conglomerado de partilhas. Não se estudam as formas pelas quais a Comunicação pode se manifestar. O que existe é uma apreensão de cada experiência, que permite se realizar por meio da Comunicação, como se fosse uma espécie de “conhecimento próprio”. Voltar-se a um pensamento mais complexo da Comunicação, no sentido de revelar suas obscuridades, nos parece o caminho mais apropriado para se chegar a uma taxionomia. E a releitura de pesquisas nos parece o ponto de partida para isto.

## REFERÊNCIAS

A Prima Pobre das Ciências Sociais. In: **Revista Pesquisa FAPESP**. 201. ed. Revista Pesquisa FAPESP, nov. 2012 São Paulo, 2014. p 27-33.

AGANETTE, Elisângela; ALVARENGA, Lídia; SOUZA, Renato Rocha. Elementos constitutivos do conceito de taxionomia. **Revista Informação & Sociedade**. João Pessoa, PB, v.20, n.3, p.77-93, set./dez. 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BIBLIOTECA Virtual da FAPESP – fonte referencial de informação para a pesquisa apoiada pela FAPESP. **Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo**. São Paulo, 2004. Base de dados. Disponível em: <<http://www.bv.fapesp.br/pt/>>. Acesso em: 27 mar. 2016.

BOURDIEU, Pierre et al. **Ofício de sociólogo: metodologia de pesquisa na sociologia**. Tradução João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 2004. 328p.

CAMPOS, Maria Luiza; GOMES, Hagar E. Taxionomia e classificação: a categorização como princípio. In: **Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB)**. Salvador, BA, 2007. Disponível em: <<http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/viiienancib>>.

DADOS quantitativos de programas recomendados e reconhecidos. **Plataforma Sucupira**. Disponível em: <<http://www.sucupira.capes.gov.br>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

DILTHEY, Wilhelm. **A construção do mundo histórico nas ciências humanas**. São Paulo: UNESP, 2010. Tradução Marco Casanova. 346p.

GOBBI, Maria Cristina. Conquistas e Carências. In: LINS, Carlos Eduardo; MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; MORAIS, Osvando J. (Orgs.). **Ciências da comunicação no Brasil 50 anos: histórias para contar**. São Paulo: Vanguarda do Pensamento Brasileiro. São Paulo: Fapesp, Intercom, Unesp, 2015. 198p.

---

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Tradução Bernardo Leitão et al. Campinas: Unicamp, 1990. 246p.

MARQUES DE MELO, José. **A batalha da comunicação**. Sorocaba: Eduniso, 2008. 308p.

MARQUES DE MELO, José. Quem sabe faz a hora. In: LINS, Carlos Eduardo; MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; MORAIS, Osvando J. (Orgs.). **Ciências da comunicação no Brasil 50 anos: histórias para contar**. São Paulo: Vanguarda do Pensamento Brasileiro. São Paulo: Fapesp, Intercom, Unesp, 2015. 198p.

MARQUES DE MELO, José. **Teoria e metodologia da comunicação: tendências do século XXI**. São Paulo: Paulus, 2014. 542p.

MORIN, E. **Ciência com consciência**. 13. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010, 341p.