

Impulso à cultura científica

Fundação avalia impacto de seus programas e cria agência de notícias

AFAPESP está lançando um projeto de avaliação dos resultados de suas políticas de fomento à pesquisa e uma agência de notícias para ampliar o alcance da divulgação científica. “As duas iniciativas, aparentemente isoladas, se articulam conceitualmente e filosoficamente no que se refere ao papel institucional”, explica Carlos Vogt, presidente da Fundação.

Para Vogt, a cultura científica desenha uma espiral que se movimenta em quatro quadrantes. Seu ponto de partida é a produção e difusão da ciência entre os pares, função que envolve pesquisadores e o aparelho institucional de fomento e produção do conhecimento; se amplia para o ensino da ciência e formação de cientistas, envolvendo cientistas, professores e estudantes, desde o ensino fundamental até a pós-graduação; avança na direção do ensino para a ciência, que tem como atores desde professores e diretores de museus até jovens estudantes, e completa um círculo com a divulgação científica, quando o conhecimento produzido reverbe-

ra para a sociedade como um todo, antes de reiniciar o ciclo, cada vez mais estendido. “O autoconhecimento da instituição, por meio da avaliação de seus programas, e a agência de notícias contribuem para a dinâmica dessa espiral”, justifica Vogt.

O projeto de avaliação dos resultados das políticas de fomento da FAPESP deverá abranger um período de dez anos. Está dividido em quatro subprojetos. No primeiro, já em curso, está sendo feito um inventário do parque de equipamentos de médio e grande portes financiados pela Fundação em seus diversos programas especiais, de inovação tecnológica e auxílios à pesquisa, levando em conta sua condição de uso e ambiente ao qual está agregado. Esses dados serão levantados nos processos de prestação de contas – que estão sendo digitalizados – e por meio de questionários eletrônicos que serão encaminhados aos pesquisadores e grupos beneficiados. As informações serão reunidas num banco de dados acessível pela internet a qualquer pesquisador. O

projeto estará concluído em meados do segundo semestre. “A idéia é formar um diagnóstico para política de concessão de novos equipamentos”, explica Vogt.

O segundo subprojeto vai traçar o perfil da demanda por financiamentos da FAPESP, desde 1992, buscando dados tanto sobre os pesquisadores que tiveram projetos aprovados como dos que tiveram propostas rejeitadas. “Pouco sabemos sobre eles”, afirma Vogt. Na mesma perspectiva, o terceiro subprojeto vai rastrear a trajetória científica e profissional dos pesquisadores que, nos últimos dez anos, contaram com alguma forma de auxílio da FAPESP. “Esses dados vão auxiliar a instituição a conhecer o seu papel no processo de formação de cientistas”, afirma Vogt. E, finalmente, o quarto subprojeto vai avaliar os reflexos do apoio da instituição às empresas que integram os programas Inovação Tecnológica em Pequenas Empresas (PIPE) e Parceria para a Inovação Tecnológica (PITE) e criar indicadores de desempenho. Os dois programas contam, respectiva-

LINHA DO ESPAÇO

LINHA DO TEMPO

ENSINO PARA
A CIÊNCIA

DIVULGAÇÃO
DA CIÊNCIA

ENSINO DA CIÊNCIA
E FORMAÇÃO
DE CIENTISTAS

PRODUÇÃO
E DIFUSÃO
CIENTÍFICA

mente, com 185 e 58 projetos aprovados, em em diferentes fases de desenvolvimento. Os dados sobre os dois programas serão coletados no Centro de Processamento de Dados da Fundação e por meio de questionário enviado aos coordenadores dos grupos de pesquisa, de forma a estabelecer critérios que permitam a comparação entre os distintos empreendimentos.

O projeto é coordenado tecnicamente pelo assessor especial da presidência, Jocimar Archângelo, que foi responsável pelo vestibular da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e pela implementação do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), do Ministério da Educação (MEC). O pesquisador responsável é Geraldo di Giovanni, da Faculdade de Economia da Unicamp. Os subprojetos serão coordenados por Helena Maria Cunha do Carmo Antunes, da Escola de Engenharia de São Carlos, da Universidade de São Paulo (EESC-USP), e Eugênia Maria Reginato Charnet, do Instituto de Matemática, Estatística e Computação Científica, da Unicamp.

No final de junho, a FAPESP estreou uma agência de notícias de ciência e tecnologia, a Agência FAPESP, que conta com um site (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.

A Agência FAPESP está integrada à gerência de comunicação, dirigida pela jornalista Maria da Graça Mascarenhas. Não é uma agência produtora de notícias apenas relacionadas à Fundação, mas de abrangência muito maior. Ela produz notícias, entrevistas e reportagens especiais sobre assuntos relacionados à política científica e tecnológica e à divulgação de resultados de pesquisas desenvolvidas no Brasil e no exterior. A assinatura dos boletins da agência é gratuita e pode ser feita pelo próprio site.

“O principal papel da Agência FAPESP é o de difundir a cultura da ciência”, diz Vogt. “Ela surge como uma necessidade natural, pois é importante tentar entender como a ciência se faz, mas é mais importante ainda compreender como a ciência se desenvolve e evolui. A agência de notícias pode ser algo novo para a FAPESP do ponto de vista da novidade pontual, mas não do ponto de vista da cultura da Fundação, que sempre esteve voltada para esse tipo de preocupação.”

A agência se articula com outras iniciativas da Fundação na área de divulgação científica, como a revista *Pesquisa FAPESP*, sua edição eletrônica (www.revistapesquisa.fapesp.br) e o site da Fundação (www.fapesp.br).

Trabalhando de forma articulada, as informações geradas por cada um dos produtos podem ser aproveitadas pelos outros. Entretanto, a agência conta com uma equipe própria, coordenada pelo jornalista Heitor Shimizu. Os primeiros boletins foram enviados para cerca de 15 mil pessoas, mas já na primeira semana esse *mailing* cresceu significativamente, em razão principalmente das solicitações feitas diretamente ao site. ●