



Apresentação de pôsteres durante o XXXI Congresso de Iniciação Científica da Unesp, em São Paulo

CARREIRAS

Direto ao ponto

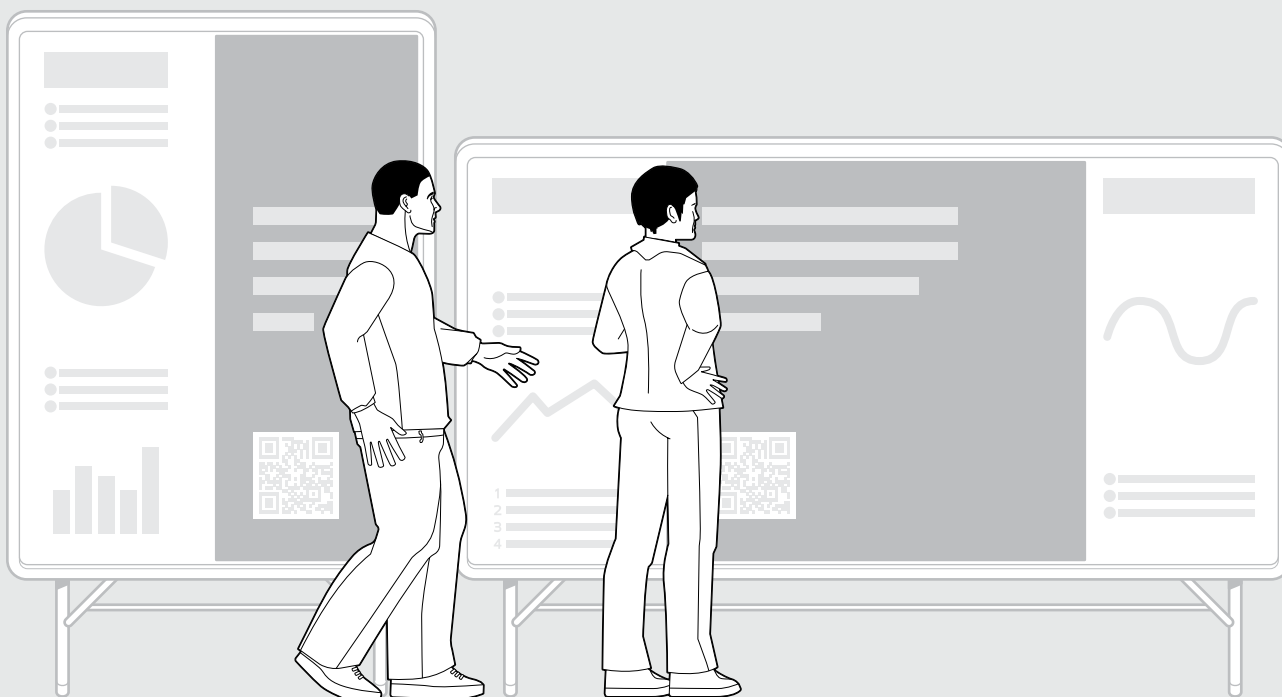
Pôsteres mais simples e acessíveis ampliam potencial de divulgação de pesquisas

Apresentar pôsteres faz parte da rotina de cientistas e estudantes de pós-graduação que buscam divulgar seus trabalhos, ampliar redes de contato e estabelecer novas parcerias em eventos acadêmicos. Não se trata, contudo, de tarefa fácil, quando o objetivo é criar um pôster funcional e atraente. Preocupados em disseminar o máximo possível de informação entre seus pares, muitos pesquisadores lotam seus cartazes de gráficos, tabelas e descrições de procedimentos realizados nos estudos. Esquecem, muitas vezes, que pôsteres densos demandam muito tempo de leitura para serem efetivamente compreendidos. O uso de jargão e títulos intrincados costumam afastar o interesse até mesmo do público especializado.

Uma campanha deflagrada em junho, no Twitter, busca mudar esse cenário e a dinâmica de congressos e conferências, ao incentivar pesquisadores a elaborar pôsteres mais criativos e acessíveis. Disseminado nas mídias sociais pela hashtag #BetterPoster, o movimento foi lançado pelo norte-americano Mike Morrison, doutorando em psicologia da Universidade do Estado de Michigan, nos Estados Unidos. “Os pôsteres tradicionais têm sido elaborados como artigos científicos”, disse Morrison a *Pesquisa FAPESP*. “Geralmente contêm resumo, introdução, metodologia e conclusão. O formato é replicado em sessões com dezenas de pôsteres para serem vistos em apenas uma hora pelos participantes de um congresso.”

Para Morrison, o pôster ideal deve evidenciar os achados de determinado estudo. “O público deve ser capaz de aprender algo em apenas 5 segundos olhando para o cartaz”, diz. “Isso incentiva as pessoas a fazerem perguntas mais específicas e interessantes do que apenas pedir ao autor que explique do que trata sua pesquisa.” Em vídeo publicado no YouTube, no lançamento da campanha, Morrison apresentou um novo design de pôster.

Nesse formato (*ver quadro na página 97*), o resultado mais importante do estudo aparece com destaque no centro do pôster, em letras grandes e linguagem acessível. Nas bordas, há espaço para pequenas figuras de apoio, distribuídas ali para auxiliar o expositor em sua apresentação oral.



Uma etiqueta de QR Code (código de barras bidimensional) permite que os interessados possam acessar, via smartphone ou tablet, além de uma cópia do pôster, a versão completa do estudo. O modelo vem ganhando adeptos e está disponível para download gratuito em <https://osf.io/ef53g/>.

“É um layout simples, mas bastante atraente”, avalia a bióloga Kelsey Picard, doutoranda da Escola de Ciências Naturais da Universidade da Tasmânia, na Austrália. Ela incorporou algumas das recomendações de Morrison em um pôster premiado no Fórum STEM State Future, realizado em setembro naquele país. A estratégia, conta Kelsey, foi realçar um título curto utilizando linguagem coloquial, irreverente e vibrante: “A menopausa das plantas pode ser desencadeada pela semente”. “A mensagem chamou a atenção de muita gente”, conta a pesquisadora, que descobriu que há um sinal enviado da semente da ervilha, “ordenando” que a planta pare de crescer.

Capacidade de síntese deve ser mais valorizada por congressos científicos

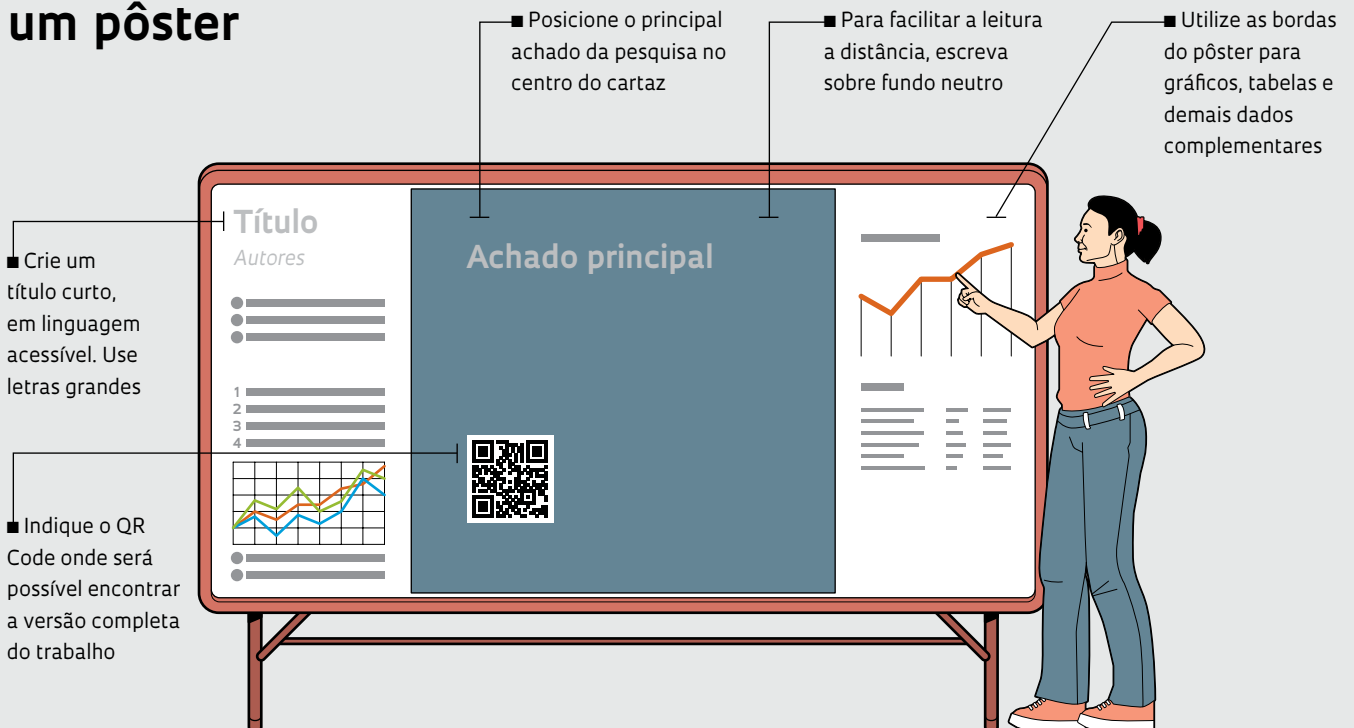
Embora hoje existam plataformas on-line como o Canva e o Dribbble, que oferecem recursos de design gráfico para a criação de cartazes e outros materiais de divulgação, grande parte dos pesquisadores apenas adapta peças anteriormente produzidas por colegas. “Trata-se de prática comum em universidades e instituições de pesquisa”, diz Morrison. “Uma pessoa que já criou um pôster no PowerPoint repassa o arquivo para outra, que apenas substitui as informações, sem mudar a estrutura.” A prática revela a pouca preocupação dos cientistas com o aspecto visual das

apresentações, nota Picard. “Há uma tendência em colocar muitas informações no pôster para tentar impressionar os pares e mostrar que você realmente trabalhou muito”, reconhece a bióloga.

FIGSANDO O PÚBLICO

Martin Trauth, geocientista e especialista em comunicação científica da Universidade de Potsdam, na Alemanha, vê com bons olhos a campanha promovida por Morrison, mas faz um alerta: “Inserir a mensagem primordial da pesquisa no centro do pôster é uma ótima ideia, mas não garante que o problema da qualidade e do tamanho do texto será resolvido”. De acordo com o pesquisador, o mais importante é fornecer uma pequena amostra do trabalho, uma espécie de “isca” para estabelecer diálogos com o público. Mas para isso é necessário que a capacidade de síntese seja mais valorizada pelos congressos científicos. “Os pôsteres costumam ser premiados levando em consideração apenas o conteúdo. O design nem sequer é avaliado”, afirma Trauth.

Produzindo um pôster



FONTE #BETTERPOSTER / MIKE MORRISON

A farmacêutica Laura de Freitas, pesquisadora em estágio de pós-doutorado no Instituto de Química da Universidade de São Paulo (IQ-USP), vê na reflexão sobre o impacto dos recursos artísticos na elaboração dos pôsteres um dos méritos do #BetterPoster. “O tamanho das letras, a seleção das cores e a disposição das figuras são tão importantes quanto o conteúdo a ser apresentado”, afirma Freitas, que recentemente participou de um congresso com um cartaz inspirado no modelo de Morrison. “Notei muito mais pessoas vindo conversar comigo e me fazer perguntas quando usei esse novo formato”.

Ela e a bióloga Ana Bonassa, também pesquisadora do IQ-USP, integram o projeto *Vai lá no meu pôster*, do Centro de Pesquisa em Processos Redox em Biomedicina (Redoxoma), um dos Centros de Pesquisa, Inovação e Difusão (Cepid) financiados pela FAPESP. A iniciativa busca difundir a produção científica do centro em vídeos curtos veiculados no canal

do Redoxoma no YouTube. “Os participantes têm a chance de expor seus pôsteres diante da câmera. É uma oportunidade de ampliar a divulgação de pesquisas que foram apresentadas de forma mais restrita e pontual em congressos”, explica Ana.

Na primeira fase do projeto foram gravados nove vídeos, postados semanalmente. As pesquisadoras – que também têm um canal no YouTube, o *Nunca vi 1 cientista* – consideram que produções mais simples, como a proposta por Morrison, podem incentivar os cientistas a desenvolver outras habilidades de comunicação, como técnicas de *storytelling*. “Tendo em mãos poucos recursos visuais, os cientistas podem falar mais dos bastidores de um estudo e contar histórias empolgantes do seu trabalho, o que ajuda a explicar de modo interessante as informações contidas no pôster”, diz Ana.

A campanha #BetterPoster também suscita críticas. A educadora norte-americana Teomara Rutherford, professora

da Universidade de Delaware, nos Estados Unidos, observa com preocupação a recomendação de um modelo de divulgação cuja eficácia ainda não foi devidamente testada. “Antes de recomendar uma intervenção específica, seria melhor investigar o problema e quais são as reais necessidades da comunidade científica”, alerta Rutherford.

Rutherford chama a atenção para a incorporação de um modelo preestabelecido, o que, na sua avaliação, pode desestimular o caráter autoral da produção de um pôster. “A adoção desse formato, sem antes perguntar quais são seus objetivos específicos com a apresentação, aponta para a falta de pensamento crítico sobre o uso do design para fins de divulgação científica”, observa. Mike Morrison, do #BetterPoster, explica que sua intenção não é difundir um modelo único de pôster científico. “Pretendo divulgar dicas de como os pesquisadores podem utilizar ferramentas do design para criar seus próprios pôsteres personalizados”, avisa. ■ Bruno de Pierro