

evita o corte de árvores” ainda é vista em diversas assinaturas de e-mail, ou quando o conceito “não use as florestas” permeia fortemente discussões equivocadas em mídias sociais. Diante disso, a Embrapa Florestas tem procurado trabalhar com o público urbano para desmistificar estes conceitos. Para isso, tem produzido materiais voltados a este público, em especial vídeos, animações, página web, mídias sociais e materiais impressos. São estratégias usuais de comunicação, mas que pretendem atingir um público diferenciado, que não está habituado à ciência e à temática florestal, levando a informação científica de forma acessível, criando sentido e despertando interesse. A mensagem principal destes materiais é “a floresta está presente em seu dia a dia”. Alguns materiais: 1) animações: “Florestas no dia a dia”, “Florestas nas propriedades rurais”, “Plantios florestais para geração de energia”; 2) vídeos: “Pesquisas com araucárias”, “Estradas com Araucárias”, “Sistema silvipastoril”; 3) Páginas web: “Araucária”, com infográficos; 4) Cartões postais (belas imagens com impressão diferenciada, estimulando que as pessoas guardem como decoração/recordação - no verso, QR Codes levam ao portal da Embrapa com links sobre o tema): pesquisa florestal, Integração Lavoura-Pecuária-Floresta, Araucária, erva-mate, pragas florestais, pupunha; 5) impressos: quebra-cabeça e desenho de propriedade rural com florestas para crianças colorirem; folderes diversos com linguagem acessível ao público leigo. Estes materiais são utilizados em palestras, feiras/exposições e, em paralelo, divulgações em mídias sociais.

Narrowing the distance between public research and the Brazilian population: the climate change impacts in the Atlantic Forest study

Jennifer Viezzer^{1,2}, Mariana Egler¹, Marco Follador³, Martin Becher⁴, Armin Deitenbach⁵, Melina Amoni Silveira Alves⁶, Virgílio de Almeida Pereira⁶, Felipe Bittencourt⁶, Henrique de Almeida Pereira⁶, Priscila Lopes Soares da Costa¹

¹Ministério do Meio Ambiente (MMA), Brasília, Brazil; ²Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, Brazil; ³European Commission - Joint Research Centre (JRC), Ispra, Italy; ⁴NIRAS - IP Consult GmbH, Berlin, Germany; ⁵Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), Brasília, Brazil; ⁶Waycarbon, Belo Horizonte, Brazil (jen.viezzer@gmail.com; mariana.egler@mma.gov.br; marco.follador@ec.europa.eu; martin.beche@niras-ip.de; armin.deitenbach@giz.de; melina.amoni@waycarbon.com; virgiliobio@gmail.com; felipe.bittencourt@waycarbon.com; hperreira@waycarbon.com; priscila.costa@mma.gov.br)

The Brazilian Ministry of Environment (MMA) developed an integrated modeling tool to assess the potential climate change impacts in the Atlantic Forest, aiming at supporting the definition of local adaptation measures in instruments such as protected areas' management plans, and municipal land use plans. This study resulted in hundreds of georeferenced maps and a technical report, available on the MMA's website, even though an effective subnational communication strategy did not take place. Consequently, the research outcomes were hardly accessible and usable by non-experts, such as local decision-makers and practitioners, which are supposed to be the end users of this study. Identifying, filtering and sharing available scientific evidence about climate change impacts to support territorial planning at the local level are necessary activities to guarantee the best selection of adaptation measures and allocation of available resources for each context. To address this issue and improve the dissemination of the study outcomes the MMA decided to: i) elaborate a summary for decision-makers, highlighting the most significant and impending results; ii) make a substantial effort to format, organize and visualize the 812 georeferenced maps, through the MMA's geoprocessing platform; and iii) organize and participate in webinars, workshops, and courses with different stakeholders from both the public and private sectors, civil society and academy. However, further communication efforts - through different formats and platforms - must be implemented by MMA. Making sense of scientific data, information and knowledge is an imperative goal of every project and must be correctly planned from its very beginning.

Embrapa Mais Amazônia: a communication network for agricultural and forest research in the Brazilian Amazon / Embrapa Mais Amazônia: comunicação em rede para a pesquisa agropecuária e florestal no Brasil amazônico

Ana Laura Lima¹, Priscila Viudes², Vinicius Kuromoto³, Dulcivânia Freitas⁴

¹Embrapa Amazônia Oriental, Belém, Brazil; ²Embrapa Acre, Rio Branco, Brazil; ³Embrapa Informática Agropecuária, Campinas, Brazil; ⁴Embrapa Amapá, Macapá, Brazil (analaura.lima@embrapa.br; priscila.viudes@embrapa.br; vinicius.kuromoto@embrapa.br; dulcivania.freitas@embrapa.br)

“Embrapa Mais Amazônia” é um projeto de comunicação executado em rede pelos profissionais das nove Unidades da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) na Amazônia Legal. O objetivo é divulgar resultados da pesquisa e estimular junto à sociedade o debate em torno da floresta, uso sustentável dos recursos naturais e questões ambientais na região. O projeto atua em três vertentes: desenvolvimento de produtos de comunicação; ampliação dos fluxos de informação e canais de diálogo; e capacitação de cientistas das áreas florestal e agropecuária e de profissionais de comunicação. Entre os principais resultados estão: cursos para comunicadores sobre temáticas florestais; cursos de fotografia para pesquisadores; media trainings para pesquisadores; e desenvolvimento de folders e aplicativo sobre as principais fontes de informação técnico-científicas sobre as temáticas florestais e agropecuárias trabalhadas pela Embrapa na região. Ao final do projeto foi realizada pesquisa de imagem para aferir o impacto das ações a respeito da ampliação do debate sobre as questões ambientais na região, bem como as referências (instituições) dos jornalistas quando o assunto é pesquisa florestal e agropecuária na Amazônia. Verificou-se que as temáticas ambientais na Amazônia ganham amplitude junto à imprensa quando são realizadas as conferências internacionais sobre clima e mudanças climáticas e/ou grandes eventos no tema. Entre as instituições citadas como referência na temática “mudanças climáticas”, ONGs aparecem em primeiro lugar, seguidas de perto pelas universidades; na temática “pesquisa florestal” e “pesquisa agropecuária”, Embrapa ocupa a primeira posição; e na temática “uso sustentável dos recursos naturais”, instituições de ensino aparecem primeiro.■

Illustrations and infographics in scientific journalism: the experience of Embrapa Eastern Amazonia / Ilustração e infografia no jornalismo científico: a experiência da Embrapa Amazônia Oriental

Sabrina Maria Morais Gaspar¹, Ana Laura Silva de Lima Costa¹, Vinicius Milleo Kuromoto², Joice Nunes Ferreira¹

¹Embrapa Amazônia Oriental, Belém, Brazil; ²Embrapa Informática Agropecuária, Campinas, Brazil (sabrina.gaspar@embrapa.br; analaura.lima@embrapa.br; vinicius.kuromoto@embrapa.br; joice.ferreira@embrapa.br)

A infografia traduz temas complexos em linguagem de fácil entendimento. No Jornalismo esse recurso contribui na construção de narrativas. Em materiais produzidos pela Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - o seu uso é comum em cartilhas e manuais que apresentam práticas agropecuárias, mas na comunicação institucional ainda é pequeno. Apresentamos a experiência de construção e uso de ilustrações e infografia em uma série de quatro reportagens sobre a relação da floresta e o uso da terra, resultantes de artigos científicos elaborados no âmbito da Rede Amazônia Sustentável e publicados em revistas internacionais. As reportagens foram publicadas na Agência Embrapa de Notícias, focando no conteúdo científico sobre o impacto do uso da terra nos estoques de carbono e biodiversidade em florestas primárias, secundárias e com exploração madeireira e queima. Com dados complexos gerados pela