



051

## DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS DE EVENTOS CIENTÍFICOS ATRAVÉS DE MÍDIA ELETRÔNICA<sup>1</sup>

Vilmar de Oliveira Sobrinho<sup>2</sup>

Yeda Maria Malheiros de Oliveira<sup>3</sup>

Maria Augusta Doetzer Rosot<sup>3</sup>

Marlise Zonta<sup>4</sup>

Um dos maiores desafios enfrentados por instituições de pesquisa é a divulgação de suas atividades e dos resultados de seus projetos. Os eventos, sob a forma de seminários, *workshops* ou outra modalidade, presencial ou não, são instrumentos de comunicação muito utilizados. Entretanto, envolvem em sua organização certo risco com relação à divulgação de seus resultados. Os eventos precisam ser planejados e gerenciados profissionalmente e devem gerar seus próprios resultados, como forma de transmissão e repasse ao público-alvo e à sociedade em geral, dos trabalhos apresentados. Para a publicação dos “anais” do evento, normalmente, é solicitado um resumo ou texto da palestra. Este pode ser considerado um dos maiores “gargalos” da divulgação desses eventos, pois muitas vezes os palestrantes perdem o contato e não disponibilizam o material. Uma alternativa para a divulgação mais rápida dos resultados de um evento é o uso da própria palestra, apresentada pelo técnico convidado. O Laboratório de Monitoramento Ambiental da *Embrapa Florestas* tem organizado vários eventos e, ao longo do tempo, uma metodologia de abordagem foi sendo construída, para a divulgação dos seus resultados, a qual é apresentada no presente trabalho. Essa metodologia se constitui, basicamente, da organização da informação sob a forma de anais do evento, em mídia eletrônica (CD-Rom), composto por: prefácio, apresentação, introdução, arquivo com os slides apresentados pelo palestrante, resultados de trabalhos em grupo, galeria de fotos, lista de participantes, e outros documentos específicos de cada evento. Uma identidade visual para o evento é previamente estudada e tanto a capa como o conteúdo do mesmo seguem a mesma linha de comunicação. Grande importância têm sido dada aos eventos organizados em parceria com outras instituições (ensino, empresas privadas, organizações não governamentais). Desta forma, o produto da reunião reflete tal parceria com a edição do material resultante dos eventos, realizada pelas diversas instituições envolvidas.

<sup>1</sup> Trabalho realizado na *Embrapa Florestas*

<sup>2</sup> Aluno do Curso de Graduação em Geografia, Universidade Federal do Paraná

<sup>3</sup> Pesquisadora da *Embrapa Florestas*, yeda@cnpf.embrapa.br

<sup>4</sup> Assistente da *Embrapa Florestas*