

Artigo original

Resultados da campanha da I Semana Nacional do Cérebro

Results of the First National Brain Awareness Week

Carlos Henrique Buck*, Norberto Garcia-Cairasco**, Jorge Quillfeldt***, Cecília Hedin-Pereira****, Maira Monteiro Frões*****

Resumo

Apresentamos uma síntese dos resultados da I Semana Nacional do Cérebro (I SNC). Iniciativas locais e regionais foram desenvolvidas em anos anteriores em sincronia ou parceria com a Dana Alliance. Neste ano, organizamos a I SNC com uma proposta de cobertura nacional. Promovida pela Sociedade Brasileira de Neurociências e Comportamento (SBNeC), em parceria com o *Rio Society for Neuroscience Chapter* (Rio SfN Chapter) e coordenada pelos professores Cecília Hedin-Pereira (UFRJ), Maira Frões (UFRJ), Jorge Quillfeldt (UFRGS) e Norberto Cairasco (USP-RP), a I SNC contabilizou um total de 44 iniciativas. As ações foram categorizadas segundo a natureza das atividades, instâncias organizadoras e público-alvo e individualizadas segundo um critério de 'singularidade' do público participante. Verificou-se que as ações concentraram-se nas regiões Sul e Sudeste, mas aconteceram de forma destacável no Norte e Nordeste do país. Fração significativa do total de atividades envolveu cidades do interior dos estados. As universidades figuraram como as principais instituições organizadoras. A maioria expressiva do público foi composta de não-acadêmicos, evidenciando o êxito do objetivo maior da I SNC, a popularização do conhecimento científico. O sucesso da I SNC revela a abertura do neurocientista contemporâneo à adaptação de temas outrora restritos às redes acadêmicas para uma linguagem acessível e formatos 'amigáveis', interativos, permitindo o compartilhamento das complexidades simplificadas do conhecimento neurocientífico com a sociedade em geral.

Palavras-chave: divulgação científica, *Brain Awareness Week*, *Rio SfN Chapter*, SBNeC.

*Fórum de Ciência e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós-graduação em História do Brasil, Universidade Salgado de Oliveira, **Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, *** Programa de Pós-Graduação em Neurociências, ICBS, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, ****Instituto de Biofísica Carlos Chagas Filho, Universidade Federal do Rio de Janeiro, *****Fórum de Ciência e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro Instituto de Ciências Biomédicas, Universidade Federal do Rio de Janeiro

Correspondência: Maira Monteiro Frões, Av. Carlos Chagas Filho 373, Centro de Ciências da Saúde, Bloco F sl. F1-25 - Cidade Universitária 21941-902 Rio de Janeiro RJ, E-mail: froes.maira@gmail.com

Abstract

In this paper we discuss the results of the I Brazilian Brain Awareness Week (I NBAW). Local and regional initiatives have been developed in previous years in the country, through partnerships with the Dana Alliance. We conducted this year the I NBAW, aimed to a national cover. Promoted by the Brazilian Society of Neuroscience and Behavior (SBNeC), in partnership with Rio Society for Neuroscience Chapter (Rio SfN Chapter) and coordinated by Professors Cecilia Hedin-Pereira (UFRJ), Maira Frões (UFRJ), Jorge Quillfeldt (UFRGS) and Norberto Cairasco (USP-RP), the I NBAW counted with 44 initiatives distributed over the country. The actions were categorized according to the nature of the activities, organizing institutions and target audience and individualized according to a criterion of 'uniqueness' of the participating public. The actions were concentrated in South and Southeast, but occurred with excellent results in the North and Northeast. Significant fraction of the total of activities involved inner cities. Universities figured as the main organizing institutions. The large majority of the audience was composed of non-academic people, demonstrating the success of the larger goal of I SNC, the popularization of science. The success of the I NBAW reaffirms the opening of the contemporary neuroscientist to the benefits of popularization of the scientific knowledge. Issues once confined to academic networks were adapted to an accessible language and friendly and interactive formats, allowing the sharing of the simplified complexities of neuroscientific knowledge with society in general.

Key-words: popularization of science, Brain Awareness Week, Rio SfN Chapter, SBNeC.

Introdução

A Semana do Cérebro é uma campanha global de divulgação dos avanços e benefícios resultantes do estudo do sistema nervoso. A cada ano, no mês de março, universidades, hospitais e outras organizações, inclusive agências do governo, unem-se, durante uma semana, com o objetivo de popularizar os conhecimentos neurocientíficos.

Neste ano, entre os dias 12 e 18 de março, foi realizada a 17ª Semana Internacional do Cérebro, sob coordenação da *Dana Alliance for Brain Initiatives* [1] e da *European Dana Alliance for the Brain* [2]. No Brasil, iniciativas locais e regionais foram desenvolvidas em anos anteriores em sincronia ou parceria com a Dana Alliance, cujas ações mais recentes encontram referência em 2010, no Rio de Janeiro [3], e em 2011, na cidade de

Ribeirão Preto [4]. Expandindo-se para uma proposta de cobertura nacional, realizamos este ano a I Semana Nacional do Cérebro.

Promovida pela Sociedade Brasileira de Neurociências e Comportamento (SBNeC) [5], em parceria com o *Rio Society for Neuroscience Chapter – Rio SfN Chapter* [6] – e coordenada pelos professores Cecilia Hedin-Pereira (UFRJ), Maira Frões (UFRJ), Jorge Quillfeldt (UFRGS) e Norberto Cairasco (USP-RP), a I Semana Nacional do Cérebro teve a participação dos estados do Pará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. As chamadas foram realizadas pelo CoNeCte [7], blogue da SBNeC. Além de atingir escala territorial nacional, a I SNC destacou-se pelo amplo público e a preferência por formatos interativos. No âmbito global, suas ações compuseram cerca de 5% do total no mundo,

8% nas Américas, e 68% na América do Sul, assumindo a liderança das iniciativas no continente, seguida por Peru, com 6 atividades. Entre as limitações no âmbito nacional, a não representatividade da região centro-oeste e uma tendência à centralização das iniciativas nas universidades públicas. Mesmo assim, registramos iniciativas de organizações/instituições não universitárias, algumas em parceria com as academias.

Este relato objetiva uma visão panorâmica da I Semana Nacional do Cérebro, fazendo uma síntese de seus resultados na forma de frentes de ação, natureza das instâncias organizadoras e público atingido.

Material & Métodos

Foram computadas as ações de divulgação em neurociências realizadas ou iniciadas entre 12 e 18 de março, inscritas no sítio eletrônico disponibilizado pela SBNeC - Semana Nacional do Cérebro [8] e sincronizadas com a semana global promovida pela *Dana Alliance*. Os dados apresentados neste artigo têm como base informações solicitadas pela comissão organizadora da I SNC e foram enviados pelos organizadores e/ou membros das equipes locais.

As ações foram categorizadas segundo a natureza das atividades (oficina, palestra/conferência/bate-papo, ciclo de palestras, cinema comentado, exposição), as instâncias organizadoras (universidade pública, universidade privada, escola, organização/instituição não universitária, parceria academia/sociedade) e quanto ao público-alvo (geral, universitário, escolar e especial).

As ações que compuseram a I SNC encontram-se individualizadas segundo

um critério de 'singularidade' do público participante. Portanto, um ciclo de palestras será contabilizado como uma única ação se o público para as diferentes palestras for aproximadamente o mesmo, ainda que estas ocorram como uma sequência em dias diferentes. Por outro lado, uma mesma tarde de oficinas organizadas pelo mesmo grupo, em que dois públicos diferentes foram contemplados, atendidos por propostas específicas e ações/dinâmicas diferenciadas, foi contabilizada como duas ações distintas.

Resultados

Os resultados da I Semana Nacional do Cérebro, detalhados em seguida, são acessíveis também por apresentação em plataforma Prezi, através do link I SNC 2012 [9]. Fotografias e ilustrações adicionais pelo link.

Distribuição regional

Contabilizamos um total de 44 ações que se concentraram nas regiões Sul e Sudeste, e juntas responderam por mais de 86% do total. Cerca de 14% das ações ocorreram nas regiões Norte e Nordeste; a região Centro-Oeste não apresentou participação nesta edição (Figura 1). Verificou-se um equilíbrio entre ações nas capitais e cidades de grande porte (metrópoles), e aquelas periféricas, ou de pequeno/médio porte (Figura 2). Tiveram destaque duas cidades do interior: Ribeirão Preto/SP (oito) e Rio Grande/RS (seis), que juntas foram responsáveis por quase um terço do total de eventos da Semana do Cérebro. Nos grandes centros, as cidades de São Paulo (seis) e Rio de Janeiro (cinco), sediaram a maior parte das atividades (Figura 3).

Figura 1 - Distribuição regional das ações que compuseram a I SNC.

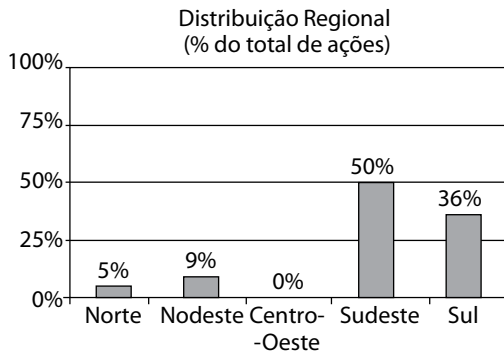


Figura 2 - Distribuição das ações entre grandes centros urbanos e localidades de menor porte. São classificadas como capitais/metrópoles: São Paulo/SP, Santos/SP, Rio de Janeiro/RJ, Porto Alegre/RS, Florianópolis/SC, Natal/RN, e Belém/PA. Como cidades periféricas/interioranas: Ribeirão Preto/SP, Saquarema/RJ, Santa Maria/RS, Caxias do Sul/RS, Rio Grande/RS, Blumenau/SC, Campina Grande/PB e Abaetetuba/PA.

Distribuição das ações: grandes centros urbanos x periferias

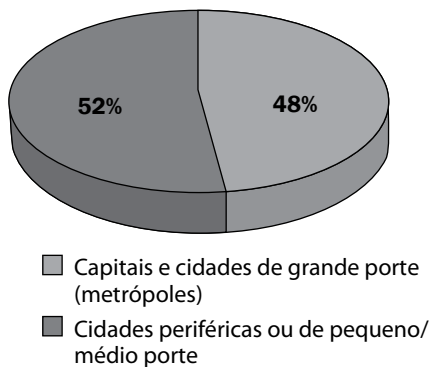
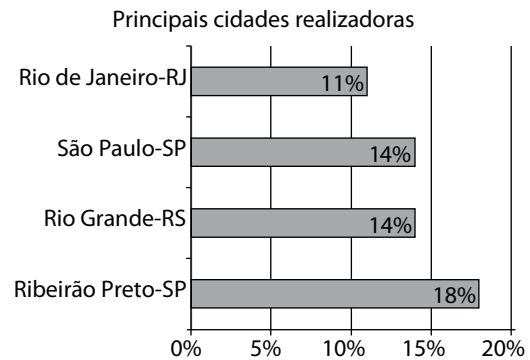


Figura 3 - Distribuição das ações pelos centros urbanos mais destacados.



Instâncias realizadoras

As universidades públicas predominaram dentre as instituições realizadoras das ações da Semana do Cérebro (72%). Parcerias academia-sociedade atingiram a segunda maior participação (11%). Participações de menor incidência incluem iniciativas organizadas por universidades privadas (7%), organizações/instituições não universitárias (5%) e escolas públicas e privadas (5%) (Figura 4). Outro dado importante surge quando reorganizamos os números para considerar a incidência de ações organizadas ou co-organizadas pelas universidades em geral, em iniciativas próprias ou em parcerias com instâncias não universitárias: nesta situação chegamos a um total de 90% das ações na SNC 2012 como resultados de envolvimento da universidade (Figura 5). Os números indicam preocupações educacionais e o engajamento expressivo da universidade na difusão de um tema antes restrito aos seus muros de experimentação e discussão.

Figura 4 - Distribuição das ações em função da natureza das instâncias realizadoras.

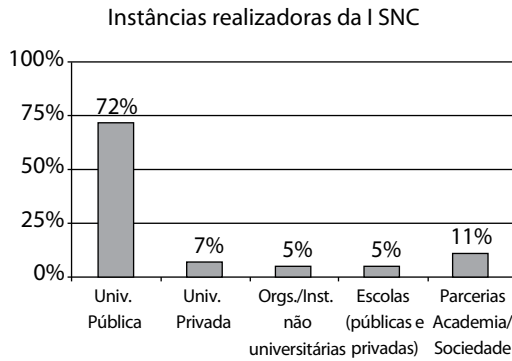
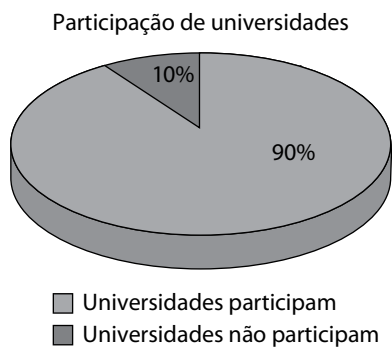


Figura 5 - Distribuição das ações segundo a participação de universidades.



O público da I SNC

A Figura 6 apresenta a incidência de público, classificado em quatro categorias, no conjunto de ações na I SNC. Mesmo com 90% das ações parcial ou totalmente organizadas pelas universidades, apenas 29% do público-alvo enquadrou-se na categoria de público universitário (estudantes, funcionários e/ou professores), equilibrando-se com a incidência de público geral (público onde não se verifica predominância de indivíduos relacionados às instituições de ensino), caracterizado em 31% de nossas ações. No mesmo patamar de prevalência está o público escolar, dividido em nossa análise em

ensino infantil (6%), fundamental (14%) e médio (12%). Tratados conjuntamente, o público escolar contemplou 32% de nossas ações. Nossa análise revelou ainda uma quarta categoria de público, o público especial, representada por indivíduos de segmentos específicos da sociedade, como idosos, crianças, pacientes de determinadas patologias e cuidadores, e que foram contemplados num total de 8% de nossas ações. Somando os públicos não universitários, temos um total de 71%, configurando, portanto, a grande maioria do público-alvo nesta primeira SNC (Figura 7).

Figura 6 - Distribuição das ações segundo a natureza do público.

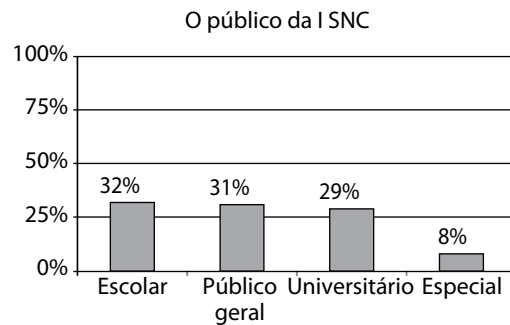
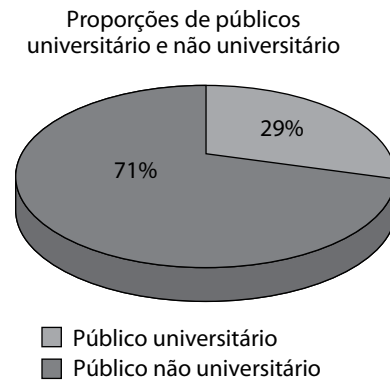


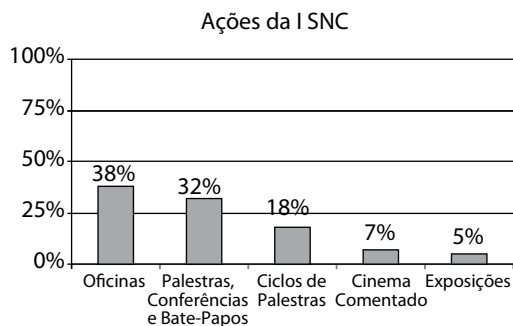
Figura 7 - Distribuição das ações segundo a relação do público com a universidade.



Atividades realizadas

As oficinas foram o modelo predominante de ação, responsáveis por 38% de seu total. Outros 32% corresponderam a palestras, conferências e bate-papos. Optou-se também pela realização de ciclos de palestras (18%), cinema comentado (7%) e exposições (5%). Nossos resultados apontam para a prevalência de práticas que possibilitaram um maior grau de interatividade com o público participante. Mesmo considerando as palestras, categoria expositiva clássica, é possível afirmar, com base nos relatos recebidos, que a preocupação com a adoção de modelos facilitadores do entendimento e da intervenção/participação do público esteve sempre presente. As atividades menos frequentes, exposições e cinema comentado, também primaram, de forma geral, por formatos interativos, segundo os relatos.

Figura 8 - Distribuição das ações segundo a natureza das atividades.



Discussão

O presente trabalho de classificação e quantificação das ações que compuseram esta I SNC, computando a natureza e abrangência das instâncias participantes, do público e das atividades em si

mesmas, confirmou nossa expectativa quanto à possibilidade de diagnóstico de frentes bem sucedidas, daquelas ainda por trabalhar e dos rumos de ineditismo e enriquecimento que se candidatariam à priorização nas próximas edições desta que já se impõe como a maior campanha de divulgação neurocientífica do Brasil, pois unificando e cobrindo o território nacional.

As ações da I Semana Nacional do Cérebro representaram uma fatia significativa (5%) do total mundial de frentes pela Semana do Cérebro orientadas pela *Dana Alliance*. Mais ainda, pontuaram uma farta liderança do Brasil no contexto sul-americano.

Ainda que concentradas nas regiões Sul e Sudeste do país, as ações da I SNC estenderam-se, de forma destacável, ao Norte e Nordeste. Ao destacar o potencial destas regiões, nossos dados justificam e motivam investimentos para sua maior participação em edições futuras da SNC. Nossos números revelam ainda que uma fração significativa do total de atividades envolveu cidades localizadas no interior dos estados, permitindo-nos prever um crescimento acêntrico destas contribuições nas próximas edições da SNC e motivando investimentos de ordem financeira e apoio institucional neste sentido.

As universidades figuraram como as principais instituições organizadoras, no entanto, eventos futuros devem enriquecer-se com novas formas pelas quais as universidades apresentem esta liderança, com um favorecimento, por exemplo, de parcerias com outras instituições/ organizações públicas e privadas não universitárias, assim como o envolvimento de instâncias não acadêmicas, pois já presentes e bem sucedidas no conjunto de nossas ações. O maior envolvimento

das instâncias universitárias, atestado por nossa análise, é esperado, pois muito provavelmente reflexo das raízes históricas da neurociência como campo de conhecimento restrito a estudos e ensaios realizados em nossos laboratórios e cujo repasse limitou-se, por mais de um século, aos currículos especializados de nossas instituições de ensino superior e pós-graduação.

Outro ponto importante diz respeito ao público contemplado na I SNC. Sua maioria expressiva, computando dois terços do total em nossa análise, encaixa-se na macro-categoria de público não-acadêmico, somatório dos públicos geral, escolar e especial, testemunhando o compromisso da comunidade com as prerrogativas de popularização do conhecimento científico, objetivo maior da SNC e que entendemos ter sido alcançado com êxito.

Conclusão

O sucesso da I SNC revela a abertura do neurocientista contemporâneo à possibilidade de envolver-se ativamente na adaptação de temas outrora restritos às redes acadêmicas, e, portanto, tratados e entendidos tecnicamente, para uma linguagem acessível e formatos 'amigáveis', interativos, que permitam o compartilhamento das complexidades simplificadas do conhecimento neurocientífico com a sociedade em geral. Um fator motivacional importante é, sem dúvida, a orientação das políticas públicas de fomento à pesquisa no apoio a atividades extensionistas, em âmbitos nacional e regional. As novas políticas vêm em sintonia com o destaque conferido à neurociência pelas mídias jornalísticas – *Revista Saúde* [10] – cujo alcance atinge as redes

sociais - *Facebook: The neuroscience of Bob Dylan's genius* [11] – e por grandes jornais de divulgação científica que se especializaram no campo – *Scientific American* [12], *Revista Mente e Cérebro* [13] - atraindo uma parcela hoje expressiva de jovens cientistas para ações fora dos laboratórios, junto ao público.

Agradecimentos

SBNeC, *Dana Alliance for Brain Initiatives*, FAPESP-Cinapce, PROEX-CAPES. Agradecemos a todos os indivíduos e instituições que, por todo o território nacional, participaram de diversas maneiras para que a I Semana Nacional do Cérebro fosse uma realidade.

Referências

1. Dana Alliance for Brain Initiatives. Disponível em URL: <http://www.dana.org/>
2. European Dana Alliance for the Brain. Disponível em URL: <http://www.dana.org/danaalliances/edab/>
3. Semana do Cérebro 2010 – Rio de Janeiro - Organização Ciências e Cognição. Disponível em URL: <http://www.cerebronosso.bio.br/eventos-e-annuncios/2010/2/24/i-semana-do-cerebro-uma-neuraventura-sensorial.html>
4. Semana do Cérebro 2011 – SBNeC. Disponível em URL: <http://semanadocerebro.wordpress.com/agenda-de-atividades/>
5. Sociedade Brasileira de Neurociências e Comportamento SBNeC. Disponível em URL: <http://www.sbnec.org.br/site/>
6. Rio SfN Chapter. Disponível em URL: <http://riosfnchapter.blogspot.com.br/riosfnchapter@gmail.com>
7. CoNeCte – Blogue da Sociedade Brasileira de Neurociências e Comportamento.

- Disponível em URL: <http://blog.sbnec.org.br/2012/02/i-semana-nacional-do-cerebro/>, <http://blog.sbnec.org.br/2012/03/a-i-snc-esta-chegando/>
8. Semana Nacional do Cérebro. Disponível em URL: <http://semanadocerebro.wordpress.com>
 9. Semana Nacional do Cérebro 2012 – Prezi zooming presentation. Disponível em URL: <http://prezi.com/wk9chxwzpi2g/semana-nacional-do-cerebro2012>, <http://semanadocerebro.wordpress.com/agenda/agenda-de-atividades/>
 10. Revista Saúde; São Paulo: Abril. Disponível em URL: http://saude.abril.com.br/edicoes/0311/bem_estar/conteudo_472117.shtml
 11. Facebook. The neuroscience of Bob Dylan’s genius. Disponível em URL: <http://www.guardian.co.uk/music/2012/apr/06/neuroscience-bob-dylan-genius-creativity>
 12. Scientific American. Disponível em URL: <http://www.scientificamerican.com/mind-and-brain>
 13. Mente e Cérebro. Disponível em URL: <https://www.lojaduetto.com.br/produtos/?idproduto=2521&action=info>