

The background of the cover features several thick, wavy, red lines that curve from the top left towards the bottom right, set against a solid black background.

Suzana Herculano-Houzel

Guia prático para
comunicar ciênciã aos
seus pares e ao pùblico
sem arrancar os
cabelos

Falando ciência

FALANDO CIÊNCIA

**Guia prático para comunicar ciência
aos seus pares e ao público sem arrancar os cabelos**

Suzana Herculano-Houzel

ANTES DE MAIS NADA...

A intenção deste guia é tornar mais fácil e agradável para você, jovem cientista, a tarefa de apresentar seu trabalho científico para qualquer público – seja ele formado por seus pares, examinadores, ou público leigo. Claro que as sugestões oferecidas aqui não são exaustivas e muito menos definitivas. Mas como cada especialista terá sempre sua própria opinião, aqui vão as minhas organizadas neste livro, começando por esta: **comunicar ciência com sucesso é, antes de mais nada, uma questão de pensar na sua mensagem e no seu público.** Mantenha essas duas coisas em mente, e com um pouco de prática o resto serão apenas bloquinhos que se encaixarão facilmente em uma apresentação fluida e coerente, escrita ou falada.

Muitas das dicas oferecidas aqui vêm da observação de diversos palestrantes, de alunos de iniciação científica a pesquisadores *sênior* e até prêmios Nobel (os últimos não necessariamente mais bem-sucedidos que os primeiros!), e do registro daquilo que tornou suas apresentações memoravelmente boas ou ruins. Qualquer um poderia tomar as mesmas notas, e os iniciantes certamente descobririam por si sós, com o tempo, tudo o que está escrito aqui. Mas por que não adiantar o serviço, pelo bem das primeiras plateias – e dos seus nervos? Além disso, uma vez que se percebe o quanto pode ser aprendido com as apresentações alheias, assistir mesmo à pior e mais maçante das palestras se torna interessante - nem que seja como um péssimo exemplo a não repetir!

Outras sugestões apresentadas aqui já foram feitas em bons livros sobre o assunto, disponíveis sobretudo em inglês. São livros muito úteis e informativos, e de leitura agradável, o que é um bom indício do seu valor. Muito pode se aprender com eles sobre o processo de revisão por pares, por exemplo - o que, de outra forma, somente se descobre da maneira difícil, às custas de artigos e pedidos de verba recusados.

Por fim, várias sugestões feitas aqui vêm da experiência com mestrandos e doutorandos que participaram das várias versões do Curso Prático de Comunicação Científica que eu ministro na pós-graduação do Instituto de Ciências Biomédicas da UFRJ. A todos eles, minha gratidão pelo empenho, paciência, e pelas discussões em sala que ajudaram a formatar o texto a seguir.

ÍNDICE

RESUMO EM CONGRESSO

ANTES DE MAIS NADA...
FORMATO DO RESUMO
COMO PREPARAR UM RESUMO
OUTRAS DICAS

PÔSTER

ANTES DE MAIS NADA...
PREPARAÇÃO DO PÔSTER
SELEÇÃO DO CONTEÚDO
PRIMEIRO, DE LONGE
COR DE FUNDO
DISTRIBUIÇÃO DO ESPAÇO
TEXTO
FIGURAS
APRESENTAÇÃO
FIRULAS ADICIONAIS

COMUNICAÇÃO ORAL

ANTES DE MAIS NADA...
PARA COMEÇAR...
ESQUEMATIZANDO SUA APRESENTAÇÃO
COMO PREPARAR BONS SLIDES
UM PEQUENO *CHECKLIST* PARA SEUS SLIDES
RECOMENDAÇÕES NA PREPARAÇÃO
TREINE, TREINE, TREINE
ELEMENTOS DE UMA BOA APRESENTAÇÃO ORAL
ANTES DA APRESENTAÇÃO
DURANTE A APRESENTAÇÃO

DEPOIS DA APRESENTAÇÃO

DICAS PRÁTICAS PARA SUA APRESENTAÇÃO ORAL

COMUNICAÇÃO ESCRITA

ANTES DE MAIS NADA...

PARA COMEÇAR, A MENSAGEM

COMO ESCOLHER A REVISTA PARA SEU ARTIGO?

O FORMATO

PÁGINA DE ROSTO

RESUMO

INTRODUÇÃO

MATERIAIS E MÉTODOS

RESULTADOS

DISCUSSÃO

AGRADECIMENTOS

REFERÊNCIAS CITADAS

MATERIAL SUPLEMENTAR

FIGURAS

CHECAGEM FINAL

QUESTÕES DE ESTILO

ANTES DE MAIS NADA...

PASSADO OU PRESENTE?

PROBLEMAS COMUNS

SUBMISSÃO

ANTES DE MAIS NADA...

UM *CHECKLIST* FINAL

A CARTA AO EDITOR

APÓS A CARTA...

REVISÃO & RESSUBMISSÃO

ANTES DE MAIS NADA...
A RESPOSTA DO EDITOR
RESPOSTA AOS REVISORES
CARTA DE RESSUBMISSÃO
AS PROVAS
COPYRIGHT
A ETIQUETA DAS PROVAS
NOTE ADDED IN PROOF
APELO AO EDITOR

CONSULTORIA & ENTREVISTAS

ANTES DE MAIS NADA...
O PRIMEIRO CONTATO
DANDO CONSULTORIA
PROCURANDO A IMPRENSA
O ENTREVISTADO É VOCÊ
NA TELEVISÃO

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: ARTIGOS E PALESTRAS

ANTES DE MAIS NADA...
O CONVITE
A PREPARAÇÃO
EM BLOGS
DURANTE E DEPOIS DA PALESTRA

RESUMO EM CONGRESSO

Uma comunicação em congresso, na grande maioria das vezes, é a primeira oportunidade que o cientista tem de apresentar os resultados da sua nova pesquisa, e geralmente ela guiará a confecção das comunicações escritas que se seguirão. Cuidar com carinho dessa primeira comunicação tornará mais fácil e agradável o trabalho de transformar seus experimentos em um artigo científico mais tarde.

ANTES DE MAIS NADA...

1. Um resumo em congresso gira em torno de *uma* mensagem. **Você sabe qual é a sua mensagem?**
2. Resumos são por definição pequenos, mas cada sociedade científica tem os seus padrões de formato e tamanho máximo e, como você vai ver, no final cada letrinha conta. **Você já sabe qual é o tamanho máximo do seu resumo?**
3. É mais comum do que deveria pesquisadores escreverem resumos com resultados parciais, às vezes insuficientes, apenas para depois descobrirem que precisam mudar a estória. **Você realmente já tem resultados suficientes para sustentar sua mensagem?**

FORMATO DO RESUMO

Com geralmente uns 2.000 toques de limite (incluindo os espaços!), um resumo não permite que se escreva muito além do absolutamente necessário. No caso de um trabalho científico, o necessário costuma ser:

- o título do trabalho
- os autores e suas instituições
- o tema do estudo
- a questão abordada
- o objetivo específico
- a abordagem experimental, ou os materiais e métodos empregados no estudo
- os resultados
- as conclusões e implicações do estudo
- as fontes de financiamento do estudo.

Você sabe escrever em uma frase cada um desses itens? Se for difícil, comece listando-os apenas como tópicos.

Reserve uns 200 toques para o título, os autores e suas instituições, e restam 1.800 para distribuir por 6 itens, esquecendo-se por enquanto as fontes de financiamento. Ou seja: você dispõe de umas 300 toques por item, que correspondem a não muito mais que 50 palavras, ou duas frases, para cada um! Saber disso desde o início facilita a vida do autor, que não precisará sofrer muito para passar a faca em um texto quilométrico mais tarde.

Se você nunca escreveu um resumo antes, vale a pena estudar alguns antes de começar o seu. Escolha um que você goste e experimente identificar no texto cada um dos itens acima.

Veja este exemplo de resumo para a reunião anual da *Society for Neuroscience*. Preste atenção na ordem dos vários itens identificados:

WHAT DO PEOPLE SEEK TO READ ABOUT THE BRAIN? A STUDY ON THE USE OF "OUR DAILY BRAIN", A

MONTHLY INTERNET PUBLICATION *Suzana Herculano-Houzel**, Museu da Vida, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, Brasil.

[tema] A recent survey indicated that the public is not familiar with several basic issues about the brain such as the relationship between modifications in the brain and learning (Herculano-Houzel, *The Neuroscientist*, 2012). **[objetivo]** Aiming at informing the public about recent discoveries of Neuroscience, **[material & métodos]** a web site called "O Cerebro Nosso de Cada Dia" (Our Daily Brain - www.cerebronosso.bio.br) was created in August 2000. Every month 4-6 texts on recent original articles of relevance for daily life are published in both Portuguese and English. In order to break with the traditional view that science is serious and austere, the site layout is colorful, uncluttered, and purportedly childish. Unique visits to the homepage and to each of the articles are tracked by means of individual counters. **[resultados]** Without any publicity other than listing in search engines, the number of daily visits started below 30 and after one year exceeded 200. Analysis of traffic to each of more than 50 articles published so far suggests that the most visited are those related to brain size and lateralization. Surprisingly, when one considers how society demands that basic science be applied to human health, the articles visited the least are those about brain health and diseases. Most importantly, readers return every month, and participate via e-mail with comments and questions. **[conclusões]** These observations help identify the profile of the readership, and show that addressing everyday issues in a direct, accessible language allows the formation of a captive audience interested in following the progress of brain research. Supported by a Faperj/Fiocruz stipend to the author.

Procure exemplos de resumos de congressos que você frequenta e faça esse exercício de classificar seu conteúdo: o que é tema/questão/método/resultados/conclusão/implicações?

Como você vê, há várias maneiras de se montar um resumo. Pode-se seguir a ordem tradicional (tema, questão, objetivos, materiais e métodos, resultados e discussão), pular alguns itens, apresentar novos métodos ou uma segunda questão após os resultados, ou até começar o resumo com um "resumo do resumo". Esta última é uma tática interessante que explora com eficiência a própria prerrogativa do resumo: dar uma mensagem de uma forma sintética, de preferência logo nas primeiras linhas do texto.

COMO PREPARAR UM RESUMO

Claro que sempre haverá o colega que consegue sentar e escrever um resumo do começo ao fim, inteirinho e lindinho, e de uma vez só, como se tomasse um ditado. E claro que você deve tentar também - quem sabe não é o seu caso? Mas se não funcionar, não se desespere. Há maneiras menos ousadas, e tão eficazes ou mais, de abordar o problema.

1. Experimente começar escrevendo, em uma só frase, **a mensagem do seu resumo**. Ponha-se no lugar do seu leitor, e imagine o que você gostaria que ele lembrasse do seu texto. Como você gostaria que ele contasse para um colega, em uma frase, o que acabou de ler? Esta é a sua mensagem.
2. Liste em uma folha de papel os itens convencionais de um resumo (tema, questão, objetivo etc), e coloque ao lado de cada um apenas **palavras-chave** relacionadas ao seu trabalho. Por enquanto são apenas ideias; não se preocupe em formular frases, apenas em cobrir todos os pontos essenciais da sua mensagem.
3. Sem se preocupar (ainda) com o limite de tamanho ou em formar um texto coeso, desenvolva agora as palavras-chave em **uma ou duas frases** que descrevam cada item.
4. Feito isso, seu resumo está quase pronto: o que falta agora é **costurar suas frases** em um texto fluido e lógico. Monte seu texto completo, incluindo os autores, o título (veja a seguir), e o suporte financeiro.
5. Pronto? Agora é hora de ver se você está **dentro dos limites** impostos. Se seu resumo estiver menor que o permitido, ótimo. A não ser que você descubra que algo está faltando, resista à tentação de acrescentar detalhes só para usar o espaço alocado. Se uns poucos caracteres estiverem sobrando, basta reescrever uma ou outra frase, usando palavras menores ou economizando advérbios, artigos e adjetivos. Se você tiver muito acima do limite, tente identificar informações que podem ser eliminadas sem prejudicar a compreensão do texto.

OUTRAS DICAS

Pense em seu público. Você conhece o perfil do público do congresso ou simpósio para o qual você enviará seu resumo? É comum se escrever um resumo para os próprios pares, que afinal são quem deve ter o maior interesse pelo seu trabalho. No entanto, um resumo bem escrito pode atrair o interesse de profissionais de outras áreas também – o que pode render colaborações inusitadas e abrir novos caminhos para a sua pesquisa. Portanto, é uma boa ideia escrever seu resumo de uma forma que, ao mesmo tempo que não insulta os conhecimentos prévios de seus pares, também não exclui leitores menos especialistas, sobretudo se a reunião for de uma sociedade abrangente como a AAAS ou a SBPC. Para pequenas reuniões de especialistas, no entanto, claro que não é preciso se preocupar em explicar ou evitar jargões da sua área.

Sugestões nem sempre são imposições. Algumas sociedades científicas indicam o formato preferido ou obrigatório para os resumos: introdução, objetivos, material & métodos, etc. Verifique sempre se o formato é apenas uma recomendação ou não. Ainda que seja, lembre que em geral você **não** é obrigado a acrescentar esses subtítulos ao seu resumo (mas há exceções). Se o formato for obrigatório mas os subtítulos não, use frases inteiras, de modo que o texto seja fluente, e não telegráfico. Ler que *“Bactérias são os seres vivos mais abundantes na Terra: de geleiras a gêiseres, quase todo nicho ecológico é ocupado por elas. O sucesso desses seres pode ser atribuído em parte à sua grande diversidade genética. Para determinar o grau de diversidade bacteriana em vários nichos naturais...”* é muito mais interessante e informativo do que *“INTRODUÇÃO - Bactérias são os seres vivos mais abundantes na Terra. OBJETIVO - Determinar o grau de diversidade bacteriana em vários nichos naturais”*.

Ajude seu poster a ser encontrado. Várias sociedades hoje em dia disponibilizam programas de busca online de resumos não só por palavras-chave, mas também por termos livres. Pense nisso ao escrever seu resumo: quais palavras você gostaria que, numa busca, levassem ao seu resumo? Assegure-se então de que essas palavras aparecem, se não entre as palavras-chave do seu resumo, então no seu texto.

Escolha a sessão apropriada. Muitas reuniões são organizadas em sessões temáticas e oferecem aos autores a oportunidade para escolher a mais adequada ao seu tema. Mais do que adequar-se ao tema, contudo, pense no público que estará visitando cada sessão. Seu trabalho sobre o controle purinérgico do sono ao longo do desenvolvimento, por exemplo, poderia se encaixar tanto em uma sessão sobre sono, desenvolvimento, ou regulação purinérgica – mas qual desses três públicos você mais deseja que visite seu poster?

Cada vez mais congressos permitem que membros de um mesmo laboratório inscrevam seus resumos em grupo, para que sejam apresentados lado a lado. Descubra se este é o caso do seu congresso antes de inscrever seu resumo.

Seus co-autores. Seu primeiro resumo em congresso é uma ótima oportunidade para criar desde já um bom hábito: manter seus co-autores informados, envolvidos e felizes. Em geral, pró-atividade é muito bem-vinda e, se você é o primeiro autor do resumo, é normal que você tome a iniciativa de escrevê-lo. Converse com sua orientadora, planejem junto o roteiro do resumo, e assim que você tiver uma primeira versão aprovada por ela, envie-a aos seus coautores. Não é necessário nem desejável consultá-los a cada etapa do caminho; coautoria presume confiança, por exemplo para escrever a primeira versão do resumo. Não fique chateado, contudo, se o resumo voltar completamente modificado por seus coautores. Neste caso, faça todas as mudanças com as quais você concordar, e discuta gentilmente as outras até chegar a

um consenso.

Quando chega? Em algum momento será necessário declarar que o resumo está pronto. Alguns orientadores sabem deixar um resumo perfeito, ou receber uma versão talvez não perfeita, mas perfeitamente aceitável, e considerá-la pronta para submissão. Outros, contudo, terão sempre uma coisinha aqui e outra ali a modificar, vezes seguidas. Se chegar a esse ponto, é perfeitamente razoável anunciar ao seu orientador que você vai fazer as últimas correções e submeter o resumo – e pronto!

PÔSTER

ANTES DE MAIS NADA...

Preparar um pôster, com os atuais programas gráficos e impressoras de bitola larga, é tarefa cada vez mais fácil. Nada de fotomontagens, dedos sujos de cola ou pedaços tortos de cartolina (não sabe do que estou falando? Pois até o final dos anos 1990, posters científicos eram feitos assim, no melhor esquema mural-da-escola): hoje, é só apertar um botão e esperar seu pôster sair inteirinho da impressora. Graças à tecnologia, todos os seus esforços podem agora se concentrar na elaboração do **conteúdo** do seu pôster. Antes de começar, portanto, algumas dicas para facilitar a sua vida:

1. Pôsters têm tamanhos definidos pela organização do evento onde eles são apresentados. O tamanho, que costuma variar entre 1 e 2 m², restringe não só quanto texto e figuras você poderá mostrar, mas também os **dados** que você poderá apresentar. **Você já sabe as dimensões máximas do seu pôster?**
2. Para o melhor aproveitamento do espaço limitado, um pôster deve girar em torno de *uma* mensagem – a mesma do resumo que começou tudo. **Você sabe qual é a sua mensagem?**
3. Você conhece seus dados melhor que ninguém, e gostaria de mostrá-los todos a seus pares. Um pôster, no entanto, não precisa - nem deve - conter **todos** os resultados do seu trabalho. **Você já selecionou quais partes do seu trabalho contam a sua estória?**

PREPARAÇÃO DO PÔSTER

Um poster costuma ser a primeira oportunidade que o cientista tem de apresentar pessoalmente os resultados da sua nova pesquisa. Cuide para que a primeira impressão que os outros terão de você e do seu trabalho seja a melhor possível.

Lembre, também, que **um poster deve ser auto-explicativo**. Idealmente, você estará logo ao lado para apresentá-lo para quem assim desejar; contudo, a razão de ser do seu trabalho (introdução), o trabalho em si (resultados), e sua importância (conclusão) devem ficar claros sem sua ajuda – caso você tenha ido dar uma voltinha e visitar posters de outras pessoas na sua sessão.

SELEÇÃO DO CONTEÚDO

Se você está preparando um pôster, geralmente é porque já escreveu – e submeteu – um resumo, e sua tarefa agora é usar o espaço alocado ao poster para ilustrar e transmitir as informações contidas no resumo.

Se você não foi imprudente a ponto de mandar um resumo de projeto antes de ter todos os resultados, o problema agora será selecionar resultados para que seu poster se concentre apenas sobre o que de fato está no resumo. Não se trata, de maneira nenhuma, de selecionar "bons" resultados – aqueles que casam com o que você gostaria que fosse verdade –, e sim de não mencionar desnecessariamente experimentos apenas marginais à sua mensagem principal. Eles terão sua vez em outros pôsteres. Além disso, lembre que a ordem mais lógica para apresentar seus resultados não é necessariamente a ordem cronológica em que os experimentos foram feitos. **Um poster deve contar somente UMA estória: a que está no resumo.**

PRIMEIRO, DE LONGE

Lembre que a primeira visão que o público terá de seu poster será à distância, ao chegar na área de exposição. Um poster limpo, arejado, e de aparência bem cuidada será muito mais atraente do que um poster cheio de texto, em cores berrantes, de aspecto sujo. Há posters que mais parecem uma folha de jornal aberta, de tanto texto.

Seu poster deixa uma boa impressão à distância?

Se você lidera um grupo que apresentará vários posters na mesma seção de um congresso, criar uma **identidade visual** para todos os posters – o mesmo esquema de cores, tipografia do título, ícones ou uso idêntico do logo da sua universidade ou centro de pesquisa - é uma ótima ideia, pois, de longe, a visão de uma sequência de posters parecidos chama a atenção dos passantes e os atrai para sua parte do corredor. Já fiz essa experiência algumas vezes, e sempre funciona: ganhamos vários visitantes interessados que nos abordam dizendo “não sei o que vocês fazem, mas notei que vocês têm vários trabalhos aqui, então o assunto deve ser importante. O que vocês fazem?”.

COR DE FUNDO

Branco é o padrão de cor do papel da impressora; é o fundo que proporciona o melhor contraste para texto em preto; e dará destaque a grandes figuras coloridas. Se no entanto suas figuras forem esquemas em preto-e-branco ou gráficos com pouca cor, um fundo colorido melhorará o visual do seu pôster. Lembre-se apenas que a finalidade da cor de fundo é exatamente esta: ser um fundo para figuras e texto.

Seu poster é legível?

- Falando em texto, não perca tempo inventando texto colorido: o mais legível são **letras pretas sobre fundo branco**. **Letras claras sobre fundo escuro são mais difíceis de ler** do que letras escuras sobre fundo claro, mas se você decidir fazer um pôster de fundo preto, use letras brancas ou levemente amareladas, mas sempre **grandes** e sobretudo **em negrito**, para que fiquem mais legíveis. Lembre que, na impressão, a tendência será a tinta escura do fundo borrar levemente, tornando as letras brancas mais finas do que pareciam na tela do computador. Não use verde ou vermelho para escrever sobre fundo preto. As letras podem ficar lindas na tela do computador, mas no poster ficarão muito difíceis de ler à distância. Reserve essas cores para destacar uma ou outra palavra, se for o caso – e sempre em negrito se o fundo for preto.

- Cores escuras de fundo dão pôsteres muito bonitos, principalmente se você tem muitas fotos. Se seu poster tiver muito texto, contudo, pode ser uma boa ideia usar **caixas brancas para conter o texto**. Dessa forma, você ficará com letras grandes, em negrito, brancas ou bem claras sobre o fundo escuro como títulos das várias seções do poster; e o texto principal e das legendas das figuras em letras pretas sobre fundo branco, fácil de ler.

- **Cores claras**, como tons pastéis de amarelo, azul e verde, são práticas para o fundo por permitirem contraste suficiente para o texto, e assim você evita colocar dezenas de caixinhas brancas de texto pôster afora. Elas funcionam melhor, contudo, se você tiver fotografias e gráficos coloridos para chamar a atenção para seu poster.

- **Fotografias em preto-e-branco** são valorizadas por um fundo escuro, como vinho ou verde musgo. Mas tome o cuidado de emoldurá-las em um tom claro compatível com o fundo do pôster, ou o preto da figura se misturará ao fundo escuro do pôster e sua linda figura perderá o destaque.

- Agora que é fácil fazer um pôster inteiro no computador, há quem fique tentado a usar belas **imagens do seu trabalho como fundo**: redes de neurônios, fotografia do animal estudado, vírus espalhados pôster afora... O efeito pode ser maravilhoso e certamente chamará a atenção para o seu pôster. Apenas tome cuidado para garantir um bom contraste entre o seu fundo e o texto, por exemplo usando caixas de fundo liso para o texto. Lembre que todo o texto deve ser legível a uma distância de pelo menos dois metros, e

que a imagem no fundo não pode de modo algum ofuscar seus resultados, dificultar a compreensão do poster, nem ser intrusiva visualmente.

DISTRIBUIÇÃO DO ESPAÇO

Um pôster geralmente segue a mesma divisão de trabalhos escritos: resumo, introdução, métodos, resultados, conclusões e agradecimentos. O resumo, contudo, não precisa ser o mesmo apresentado na inscrição do seu trabalho: aqui você pode escrever um resumo ainda mais curto, que dê ao visitante uma versão curta, em poucas linhas, do que você fez. Alternativamente, você pode **pular o resumo** e começar seu texto com uma introdução bem curtinha, simplesmente para situar o tema e a questão abordada.

Seu poster tem uma ordem clara a ser seguida?

Não use a área do poster como um bloco único de texto, nem faça nela uma colagem desordenada de texto e imagens. **Distribua as seções em colunas** da largura aproximada de uma página A4 deitada – duas ou três colunas para um poster de 1 x 1 m, cinco ou mais para um poster horizontal de 1 x 2 m. Além de parcelarem o espaço e guiarem o leitor, colunas razoavelmente estreitas facilitam a leitura (jornais e revistas têm diagramação em colunas finas por esta razão).

Entre as colunas, siga o padrão ocidental de distribuição do conteúdo: da esquerda para a direita. Como seu poster provavelmente terá ao menos duas colunas, adote a norma já praticada pelos jornais, que é portanto a que seus visitantes esperarão encontrar: de cima para baixo, da esquerda para a direita. É claro que você pode inventar e variar a ordem, mas sobretudo nesse caso, ajude seu visitante: numere as seções de seu poster, e deixe-as bem separadas umas das outras para não haver confusão.

TEXTO

O texto em um poster deve ser **apenas o suficiente** para apresentar o tema, definir a questão, indicar o método usado, e apresentar os resultados dando um contexto às figuras que ilustram seus dados. Não use o texto de seu poster para grandes elaborações filosóficas; ele deve ser apenas um **apoio** à sua apresentação, e deve ser simples o suficiente para que o visitante desacompanhado encontre rapidamente a informação que busca. Usar subtítulos grandes, identificando as seções de seu pôster, ajuda muito a torná-lo mais auto-explicativo.

Seu poster tem texto suficiente, sem ter texto demais? Pergunte-se se, na sua ausência, ele apresenta sua questão e transmite a mensagem que você queria.

Não concentre todo o texto de seu poster em uma só área: distribua-o pelo poster todo. Se você tiver várias figuras nos Resultados, parcele o texto e intercale-o de acordo com as figuras, do modo que seu leitor não precise procurar muito longe para encontrar a ilustração correspondente. **NÃO** faça seu leitor procurar a Figura X do outro lado do poster!

Qualquer que seja o texto no seu poster, ele precisa estar legível a **no mínimo um metro de distância**. Lembre que esta é aproximadamente a distância à qual seus visitantes ficarão no começo – ao menos até se interessarem em vir investigar seu poster em mais detalhes... Portanto, nada de tipo 12, muito menos 10. Em geral, tipo 24 ou mesmo 36, para posters maiores, são bons tamanhos para o texto principal, e 48 ou 60 para os subtítulos do pôster. Para o título, algo em torno de tipo 100 é visível a uma boa distância.

FIGURAS

Como um pôster deve ser auto-explicativo, as figuras devem ser simples e claras. Nada de figuras compostas com parte A, B, C e D, a não ser que a relação entre os painéis seja óbvia e seu conteúdo evidente. Isto é um pôster, e não um artigo publicado que o leitor pode folhear à vontade e ir e voltar entre a legenda e cada painel de uma figura complicada. Sempre que possível, use **UMA figura para ilustrar UM resultado** – e identifique, com um texto curto, que resultado é esse.

Suas figuras são fáceis de entender? As legendas são auto-explicativas?

Toda figura deve ser acompanhada de uma **legenda imediatamente abaixo ou à direita**. Evite agrupar todas as legendas em um canto do pôster: isto não é um manuscrito, e se entender o seu pôster requerer trabalho demais, seu público simplesmente desistirá e seguirá adiante para o próximo pôster, mais convidativo.

Outras dicas:

- Figuras ou esquemas nos Materiais & Métodos são ótimos para “arejar” esta seção do poster, geralmente muito cheia de detalhes difíceis de explicar em palavras. Em geral, contudo, você não precisa colocar tudo o que acha que precisa nos Materiais & Métodos: pense no que é imprescindível, e o que são detalhes que podem ser perguntados diretamente a você durante a exposição.

- Ajude seu leitor: coloque um **título sobre cada figura** explicitando o resultado que ela ilustra, e não duplique esse texto na legenda. Por exemplo: “Neurônios novos no hipocampo adulto” serve de título para uma figura que mostre células marcadas com BrdU e imunocitoquímica para um marcador neuronal. Legenda: “células no hipocampo do rato adulto marcadas duplamente por anti-tubulina e BrdU (setas) injetado sete dias antes.”

- **Tabelas** são muito úteis... se não contiverem números demais. De um modo geral, figuras e tabelas são tanto mais úteis quanto mais fácil é encontrar nelas a informação que se procura.

APRESENTAÇÃO

A pior coisa que pode acontecer a quem apresenta seu poster em um congresso é... não ter a quem apresentar seu poster. Resista, contudo, à tentação de abordar imediatamente qualquer pessoa que parar mais de um segundo em frente ao seu poster. Lembre de como você gosta de ser tratado quando entra em uma loja de roupas: sentir que você terá prontamente atenção individual se assim desejar é ótimo, mas ser abordado imediatamente por uma vendedora pode ser quase uma invasão de privacidade.

Você sabe ser convidativo sem ser intrusivo?

Tente, então, uma abordagem como a que você gostaria de receber na loja: deixando claro para seu “cliente” que você está à disposição, mas sem ser intrusivo. Um bom início é colocar-se de costas para seu poster, de frente para a área de passantes, com seu crachá bem visível. Em alguns congressos há uma etiqueta ou broche disponível para identificar o autor que apresenta o poster; use-o. Estampe um leve sorriso no rosto e aguarde.

E então chega o primeiro passante que olha um pouco mais longamente seu poster. Não pule sobre ele! Um olhar simpático costuma ser convidativo o suficiente para que, se a pessoa estiver vagamente interessada, ela o aborde com um “este poster é seu?” – e esta é sua deixa para entabular uma conversa agradável sobre seu trabalho.

Alguns visitantes, já fisgados pelo título, pararão em frente ao seu poster e começarão a examiná-lo sozinhos. Se você ficar por perto, em sua pose de simpático guarda-da-rainha, seu visitante poderá abordá-lo com perguntas. Se você registrar um interesse de mais do que alguns segundos, você pode experimentar cumprimentar seu visitante e dizer-se à sua disposição para quaisquer dúvidas. Em geral, aqui seu visitante (1) dirá “ok, obrigado” e irá embora; (2) dirá “ok, obrigado”, continuará a olhar seu poster e logo terá perguntas; ou (3) imediatamente dirá “ah, legal – você poderia me apresentar seu poster todo, então?” – e esta é sua deixa para colocar em prática tudo aquilo que você treinou!

Você sempre pode, claro, abordar seu visitante com um “olá, se você quiser que eu lhe apresente meu poster, é só dizer”. Mas note que aqui as chances de você ganhar um visitante constrangido aumentam bastante.

Em um bom dia, no entanto, você não terá nenhum desses problemas. Pelo contrário: a *melhor* coisa que pode acontecer a um apresentador de poster em congresso é não ter nenhuma oportunidade de descansar ou parar de falar! Ajuda aqui o “efeito loja”: basta um pequeno grupinho parar em frente ao seu poster que outras pessoas virão se juntar a elas para descobrir o que é tão interessante. Com sorte, você descobrirá que, no meio da sua explicação do poster, novos passantes se juntam à sua plateia – e, assim que você termina uma apresentação, eles pedem que você comece de novo. Neste caso, existe apenas uma

resposta apropriada: “claro, com todo o prazer!”.

Como apresentar seu poster, então? Antes de mais nada, lembre que ISTO NÃO É UMA PALESTRA! A apresentação de um poster é sobretudo uma **conversa com a sua plateia**, seja ela de uma ou dez pessoas. Pergunte se a pessoa é da sua área, ou se ela conhece o tema: você precisa começar tendo alguma ideia sobre quanto seu visitante sabe sobre o seu assunto, para avaliar o grau de detalhes a colocar em sua apresentação, ou o tamanho da introdução necessária.

Quanto tempo deve durar sua apresentação do poster? É muito útil você ser capaz de apresentar todo seu poster em uns 4-5 minutos, não mais – e, inclusive, ter na manga a versão-relâmpago do seu poster em 1-2 minutos. Sabendo fazer isso, e prestando atenção no interesse do seu visitante, você poderá ajustar sua apresentação em tempo real e propiciar ao seu interlocutor uma experiência pessoal do seu trabalho: uma conversa, mesmo, sobre o que você faz, simplesmente apoiada sobre o seu poster. Se a pessoa estiver realmente interessada em seu trabalho, o papo se estenderá naturalmente – e a presença da sua visita atrairá outras para seu poster.

FIRULAS ADICIONAIS

Eis um agrado interessante que você pode oferecer aos seus visitantes: uma **cópia em miniatura do seu pôster** – legível, por favor! Se você preparou o pôster com tipos grandes o suficiente, a versão reduzida a uma única página A4 ainda deverá estar legível. Se puder imprimir colorido, como o próprio pôster, melhor ainda. Essas cópias poderão ficar presas ao lado do seu poster, por exemplo dentro de um envelope plástico ou pardo, com uma indicação simpática ao lado convidando os passantes a retirar uma cópia para levar consigo. Esta é uma ótima maneira de garantir contatos posteriores à visita ao seu pôster.

Prepare uma versão em miniatura do seu pôster para distribuir aos seus visitantes.

Outra possibilidade a manter em mente é que, com a facilidade crescente de carregar laptops e tablets por aí, **ter uma versão em PDF do seu poster** pronta para ser demonstrada digitalmente numa mesa de café, num restaurante, ou em um dos bancos nos corredores do centro de convenções é muito útil. Assim você pode apresentar seu trabalho àquela pesquisadora que você queria muito que visitasse seu poster, mas não conseguiu chegar lá...

Tenha um PDF do seu pôster pronto para mostrar no seu iPad, iPhone, iPod...

Por fim: talvez não tenha lhe ocorrido, porque é coisa de “gente de negócios”, mas... você tem um **cartão de visitas**? Se não tem, é hora de ter. Não é pretencioso tirar um cartão de visita do bolso; é prático! Isso resolve aquele problema de encontrar uma caneta, a agenda, ou anotar seu e-mail em um canto do programa do congresso que aquela pessoa importante logo perde. Um cartão de visitas não precisa dizer grandes coisas: seu nome, endereço de e-mail, telefone do laboratório e nome da universidade já bastam. Talvez sua universidade ou departamento até já tenham um padrão que você possa adaptar, colocando o seu nome e, logo abaixo, uma identificação simples: “doutoranda”, “mestrando”, “técnico de laboratório”. Lembre sempre que seu cartão de visitas é seu representante: por isso, ele deve ser limpo e organizado, para fazer sua boa impressão durar.

Prepare cartões de visitas – e leve-os sempre consigo!

COMUNICAÇÃO ORAL

ANTES DE MAIS NADA...

Você foi convidado (ou docemente constrangido) a dar uma palestra, e imediatamente começa a revirar seus arquivos e os do seu orientador atrás de material para usar ou reaproveitar. Antes de mais nada, no entanto, há três coisas que você deveria levar em consideração ao montar a nova palestra.

1. Assim como um resumo em congresso, toda comunicação, não importa se longa ou curta, se contendo uma frase ou centenas, gira em torno de *uma* mensagem. **Você sabe qual é a sua mensagem?**
2. Você quer que a sua audiência compreenda sua mensagem, e também consiga apreciar a *importância* do seu relato. **Você sabe quem é sua plateia, e é capaz de definir o que ela precisa saber para apreciar sua mensagem?**
3. Palestras têm vários formatos diferentes. **Você sabe quanto tempo tem para falar, sem contar as perguntas ao final?**

PARA COMEÇAR...

Se você é capaz de responder às três perguntas acima, você já pode começar a formatar sua comunicação oral.

1. Você precisa de um **título**. Pense que isto provavelmente será tudo o que as pessoas terão para decidir se vão ou não à sua palestra. Portanto, além de **informativo** (e condizente com a sua mensagem, senão você corre o risco de deixar sua platéia se sentindo enganada), ele deve ser **chamativo**. Uma boa idéia é procurar um título que dê ao mesmo tempo o tema geral da sua apresentação e sua mensagem específica. Para isso, você pode se valer por exemplo de um um título genérico e chamativo, separado por “:” de um subtítulo mais informativo. Se no entanto você encontrar outra fórmula mais original, dê preferência a ela. A fórmula título geral:subtítulo específico, embora funcione bem, é muito batida.

O título deve atrair o público para sua palestra, e não afugentá-lo!

2. Comece a esquematizar sua apresentação colocando a questão em perspectiva. Uma técnica comum é a do *zooming in*: começar com o tema maior, e ir fechando no seu tema específico. Tendo este em perspectiva, compreender a relevância da sua questão será naturalmente o próximo passo para o público. Definir o seu tema específico antes de maiores informações ajuda a delimitar para o público o escopo da sua apresentação. Há várias maneiras de abordar o tema "aprendizado", por exemplo, e é bom que seu público saiba logo se você vai tratar de dados comportamentais, mudanças sistêmicas no cérebro, alterações sinápticas ou mecanismos moleculares...

3. Pense, então, em uma introdução com o **grande tema**; passe em seguida ao **tema específico** da sua apresentação, dando apenas os elementos necessários para que o público compreenda em seguida a sua questão; e, antes de maiores apresentações de justificativa ou embasamento teórico, apresente a **questão central** do seu trabalho. Os **objetivos específicos** podem vir aqui ou não, se você preferir deixá-los para logo antes dos métodos.

Alguns bons formatos possíveis são

grande tema > tema específico > questão central > objetivos específicos > embasamento

grande tema > tema específico > questão central > embasamento > objetivos específicos

se o seu tema for acessível,
questão central > grande tema > tema específico > embasamento > objetivos específicos

ou ainda, se a mensagem for simples, ou muito controversa,
mensagem > grande tema > tema específico > embasamento > objetivos específicos

4. Em qualquer caso, é imprescindível que os objetivos específicos do seu trabalho sejam justificados através de um **embasamento teórico** (a "*rationale*", em inglês). Por que faz sentido/é importante estabelecer se o metabolismo no cérebro é exclusivamente aeróbico ou não? Qual é a lógica de procurar um agente infeccioso no sangue de uma pessoa com doença venérea? Pode parecer óbvio para você, mas ajude o seu público a encontrar a lógica e eles acompanharão sua palestra com mais interesse.

5. **O que já foi feito antes?** O que já se conhece sobre o tema? Onde o seu trabalho se insere na história do tema? É importante que o público, ainda que formado por seus pares, tome conhecimento do "pé" da sua pesquisa, do seu ponto de partida, mesmo porque o fundamento permite uma apreciação correta da "novidade" do seu trabalho. O público não deve sair pensando que você reinventou a roda (e nem reconheceu o autor original), mas também não deve deixar de apreciar a inovação que você traz.

6. **Você deve ter UMA mensagem.** Qual é ela? Você pode escolher apresentá-la já antes dos resultados, ou guardá-la para a conclusão. Em qualquer caso, a mensagem precisa ficar CLARA.

Você sabe dizer em uma frase qual é a mensagem da sua palestra?

7. Enumere para você mesmo os **argumentos que o levam à sua conclusão**. A ordem histórica não coincidirá necessariamente com a ordem mais lógica para contar sua história. **Prefira a ordem mais lógica**; a verdadeira ordem histórica dos fatores fará sentido para você, mas talvez não para a audiência.

ESQUEMATIZANDO SUA APRESENTAÇÃO

Se você não é escolado em preparar palestras, experimente organizar primeiro os tópicos da sua apresentação, exatamente como sugeri que fizesse para escrever seu primeiro resumo. Identifique esses tópicos em uma página, com apenas uma frase para cada item:

- o **grande tema** onde o seu trabalho se encaixa (ou seja, a área do trabalho: câncer? Desenvolvimento do sistema nervoso? Toxinas poluentes?);
- o **tema específico** do seu trabalho (por exemplo, gliomas, linfomas ou adenomas?);
- a **questão específica** do seu trabalho (“que fatores influenciam o poder infiltrante de um glioma?”);
- seus **objetivos específicos**, ou seja, que perguntas seu trabalho busca responder;
- sua **abordagem experimental**, que é simplesmente a maneira como você trata do assunto: é um estudo toxicológico, epidemiológico, bioquímico? Com voluntários, biópsias, animais experimentais, tecido fixado, culturas de células, ou bioquímica pura? Todos querem saber qual foi a abordagem do seu estudo: você usou imageamento funcional, EEG ou seu estudo é só comportamental? Dependendo do público e do tempo para a sua apresentação, isso é muito mais importante do que saber se os seus eletrodos eram de prata, tungstênio ou vidro, ou se a concentração do fixativo era 4% ou 2% (ou seja, o método propriamente dito);
- seu **método**, agora sim com mais detalhes, que permitam entender o que exatamente foi feito (note que, em uma apresentação curta, os métodos podem e devem ser bem enxutos);
- seus **resultados**, um a um;
- e suas **conclusões**.

Faça uma lista em tópicos do conteúdo que você deseja apresentar em sua palestra.

De posse dessa lista, você pode agora começar a elaborar cada um dos 8 ítems. Que informações você precisa dar para fundamentar o tema específico do seu trabalho, ou para introduzir sua questão específica? Quais são os resultados que você quer mostrar? Faça uma lista desses conceitos, ainda em tópicos, expandindo a lista acima, e lembre de acrescentar título e agradecimentos a ela. Com uns 3 ítems a mais para introduzir tema a questão, uns 2 adicionais para abordagem e métodos, e digamos 5 para seus resultados, você agora terá uma lista de 20 ítems, já incluindo título e agradecimentos.

Considerando que você precisará de um ou dois “slides”, ou imagens, para cada item da sua lista, você já tem pelo menos 20 slides na sua apresentação, e talvez uns 30 ou mais. Isso é ótimo: considerando uma média bastante prática de **um slide a cada um ou dois minutos**, você já preencheu o tempo habitual de 40 minutos de palestra.

Ultrapassar o limite superior de um slide por minuto requer muita experiência e segurança. Fique abaixo dele!

Lembre ainda de acrescentar dois slides importantíssimos à sua apresentação: o primeiro, com o **título** da palestra, seu nome e afiliação profissional; e o último, com os **agradecimentos** aos seus colaboradores e financiadores.

Tenha sempre um slide reconhecendo seus colaboradores e fontes de financiamento ao final da palestra.

COMO PREPARAR BONS SLIDES

Uma vez que você sabe o que quer falar, preparar o material de apoio visual fica mais fácil. Como regra geral, use a lista de tópicos da sua apresentação e pense em como ilustrar cada um deles.

1. Parta do princípio que cada slide deve ilustrar UM ponto. Figuras compostas de vários subpainéis devem ser reservadas a publicações impressas, onde o leitor tem todo o tempo que quiser para decifrar (ou não) a legenda. Em uma comunicação oral, toda informação apresentada na tela deve ter significado, e este deve ser óbvio para a platéia – ou ficar óbvio assim que você o explicar. Dados supérfluos ou abreviações incompreensíveis apenas farão com que seus ouvintes abandonem sua voz e fiquem se perguntando o que significarão aqueles símbolos.

Regra básica: um slide, uma ideia.

2. Use bem o espaço da tela. Não tem sentido colocar uma fotografia pequenininha no centro, cercada de espaço vazio. Amplie-a de modo a deixar apenas uma borda vazia emoldurando-a. Falando nisso, vários *templates* do PowerPoint diminuem desnecessariamente sua área útil. Aquela linda coluna de várias cores que toma 1/5 de todos os slides é mesmo mais importante do que mostrar um gráfico maior e mais legível?

3. Por outro lado, usar bem o espaço não quer dizer encher o slide com dados. Resista à tentação de juntar todos aqueles gráficos bonitinhos com diferentes parâmetros de um mesmo experimento em um só slide; separe-os em vários slides, cada um ilustrando UM resultado. **Tudo deve ser legível:** o ideal é usar tipo 36 para títulos, tipo 18 ou 24 para texto e legendas, e tipo 14, no mínimo, para pequenos detalhes. Tipo 12, a não ser para projeção em salas pequenas, deve ser evitado; tipo 10 ou menor, NUNCA. Os olhos da sua platéia agradecem, e assim você evitará pronunciar aquelas palavras horríveis: "não dá para ler, mas podem acreditar em mim!".

Legendas ilegíveis fazem seu público parar de ouvir o que você está dizendo para tentar adivinhar o que está escrito na tela...

4. Confira todos seus slides. Erros tipográficos e legendas trocadas, tão fáceis de evitar, passam uma impressão de desleixo: você não se deu ao trabalho de limpar sua apresentação. Além disso, sua plateia parará de ouvi-lo a cada errinho encontrado na apresentação. Portanto, ao terminar de montar sua apresentação, confira seus slides um a um: o texto está correto, sem erros de concordância? As legendas dos gráficos e figuras estão corretas? Os nomes dos seus colaboradores estão escritos direito?

Não deixe passarem erros tipográficos ou de concordância, nem legendas trocadas.

5. Resista às tentações do PowerPoint. Até o início dos anos 2000, *slides* positivos foram a norma das apresentações orais. Embora caros, trabalhosos e pesados, os slides de verdade tinham uma vantagem enorme: exigiam da sua criatividade. Com o advento bendito dos datashows em todos os auditórios, apresentações em PowerPoint se tornaram a norma. Além de serem fáceis de montar no mesmo computador onde você tem seus dados, PDFs e internet, é fácil reaproveitar ou atualizar suas figuras com

pequenas alterações, até de última hora.

O problema é que pessoas demais cedem à tentação de usar os templates do PowerPoint sem fazer qualquer tipo de adaptação. O resultado são apresentações maçantes, cheias de texto, e sem nenhuma originalidade: ficam todas com a mesma cara. Se você não quiser se juntar a esse grupo, uma sugestão: **apague o template do PowerPoint**, e crie cada um de seus slides do zero.

6. Crie uma identidade visual para seus slides. Quanto mais você passar a imagem de esmero com a preparação da sua palestra, melhor será a impressão que você causará em sua plateia. Esmero começa com a identidade visual dos slides: todos eles devem ter o mesmo fundo, usar a mesma tipografia, fontes de um mesmo tamanho para títulos e de outro para o texto. O template oferece isso, é verdade, mas com os riscos acima. Se você não tiver paciência ou memória para lembrar qual tipologia e tamanho está usando, então crie seu próprio template – mas cuidado para não terminar com uma apresentação tão careta quanto o padrão da Microsoft!

Sua palestra deve ter a sua cara: faça com que ela seja a sua palestra.

Usar um mesmo fundo (em um *Master Slide*, por exemplo) pode ser bom para criar uma unidade em sua apresentação, mas cuide para que ele não seja intrusivo – por exemplo, grande demais em comparação às suas imagens de conteúdo, ou com imagens que roubam a cena do seu conteúdo.

Se você pegar slides digitais emprestados de seu orientador ou um colega, sobretudo, cuide para que eles se integrem à sua apresentação. Modifique a tipografia, a cor do fundo e o que mais for necessário. Não deixe a impressão de que sua palestra é uma grande colagem.

7. Crie um código de cor. Cores são ótimas, mas desde que sejam informativas; cuidado para não transformar seus slides em confeti de carnaval. Usar uma cor diferente para ressaltar palavras dentro de um pequeno texto é um bom truque; ressalte palavras demais, contudo, e já não se sabe se o destaque está nas palavras coloridas, ou nas em branco...

Código de cor, sim; confeti, não!

Além de darem destaque, as cores servem para identificar grupos – mas só se forem usadas sempre da mesma maneira. Se por exemplo os dados de animais controle aparecem em barras brancas e os experimentais em barras pretas no primeiro gráfico, mantenha esse código ao longo da apresentação.

E cuidado com a escolha de cores. Vermelho ao lado de verde dói nos olhos; azul nem sempre é projetado com boa luminosidade, sobretudo aquele azul turquesa que parece tão forte e bonito na sua tela. Tons pastéis funcionam bem. Escolha um pequeno número de cores agradáveis, que combinem entre si e com suas imagens, e restrinja-se a elas.

Experimente suas cores em um projetor, antes de bater o martelo sobre sua paleta.

8. Use camadas em sua apresentação. Seu conteúdo não precisa estar visível todo de uma vez só no

mesmo slide. Se você tem um esquema complicado mas importante, usar a opção de “build in” para acrescentar etapas aos poucos, ou de “build out” para revelar partes do esquema aos poucos, é uma enorme ajuda para prender a atenção da sua plateia, que assim pode seguir o seu raciocínio.

Mas cuidado: limite o uso das “ações” e animações de texto e imagens ao que for realmente importante. Além de serem irritantes, apresentações onde cada novo parágrafo desliza para a tela ainda desperdiçam um tempo enorme com esse recurso, que de quebra perde o efeito. **Guarde o efeito** para quando quiser realmente fazer efeito. Para todo o resto, use o mais simples: fazer texto ou figura apenas “aparecer” ou “desaparecer” na tela.

Não abuse das camadas: você não precisa mostrar sempre cada palavra de uma vez, precisa?

9. Prepare sua cola. PowerPoint e Keynote oferecem um recurso chamado “speaker notes”, que lhe permite deixar anexado a cada slide um pequeno texto que somente ficará visível em seu computador pessoal durante a apresentação (bom, se você souber configurar o programa direito!). É um ótimo lugar para escrever duas ou três palavras para indicar o que você não pode deixar de dizer naquele slide. Mas cuidado para não colocar texto demais aqui, ou você pode acabar se perdendo na hora da apresentação, ou tendo que enfiar a cara na tela para conseguir enxergar o que escreveu – e aí o que era para ajudar acaba atrapalhando.

10. Tenha bons slides de título e agradecimentos. Aqui é o lugar de colocar de aquela foto impactante, seja do seu trabalho, do laboratório ou da cidade de que você tanto se orgulha. No slide de agradecimentos, pense em usar fotos dos seus colaboradores: é sempre mais simpático dar rostos às pessoas ao invés de mostrar apenas uma lista de nomes. Evite também usar aquele slide do seu orientador com os nomes de todos os colaboradores do laboratório; faça uma seleção dos nomes daqueles que de fato contribuíram diretamente para o trabalho que você está apresentando desta vez, e pergunte-se se você sabe dizer, em uma frase, como cada um contribuiu para seu trabalho.

Este também é o lugar para reconhecer as instituições que financiaram sua pesquisa. Listá-las nominalmente é o mínimo que você deve fazer; mais caprichado ainda é usar seus logos na tela.

UM PEQUENO *CHECKLIST* PARA SEUS SLIDES

- O **tema** da sua palestra ficará claro para a platéia? Eles saberiam dizer se seu trabalho era sobre AIDS, gonorréia ou sífilis, por exemplo?
- Você apresenta os **objetivos** de seu trabalho de uma maneira adequada, no momento adequado – por exemplo, antes da abordagem experimental e não lá no final, após a discussão? Seu público saberá dizer por que você fez esse trabalho?
- Você explica ao público por que sua pergunta faz sentido, ou seja, a "**rationale**" do seu trabalho, ainda que isso pareça óbvio para você?
- Você apresenta primeiro sua **abordagem experimental**, e só depois os métodos?
- Você tem uma **hipótese** a testar? Seu público fica sabendo disso?
- Dos **resultados**, o que é fruto do seu trabalho, e o que já era conhecido? Você sabe separá-los para o público?
- Quais são as **implicações** do seu trabalho? Para que serve tudo isso que você acabou de contar? Por que você vai tomar esse tempo do público? Você não deve apenas esperar que o público descubra sozinho a importância do seu trabalho. Ao mesmo tempo, não sobrestime o que você fez...
- Você tem um **slide de conclusão**, resumindo a apresentação e a mensagem que você quer que fique com o público?
- No título e/ou nos agradecimentos, você identifica adequadamente seu local do trabalho, a instituição que o acolhe, e a equipe que trabalhou com você?

RECOMENDAÇÕES NA PREPARAÇÃO

1. Você talvez considere a palestra como uma coisa sua, "para você". Mas os resultados certamente serão melhores se você pensar nela como uma mensagem para o seu público: é para eles que você fala. Portanto, **pense o tempo todo no seu público**. Quem são? O que eles já conhecem sobre o seu tema? Terão eles familiaridade com os termos e abreviações que você vai usar? O que eles esperam ouvir, dado o título da sua palestra? **Por que você quer que eles lhe dediquem seu tempo e atenção?** Mantenha essas questões em mente enquanto prepara a sua palestra, e cuide para deixar sua mensagem extremamente clara.

Por que mesmo que você vai dar essa palestra, você lembra? Você deve ser capaz de resumir em uma frase o que você vai apresentar: "Nesta palestra eu vou mostrar..."

2. **Conheça seu tema**. Se você está falando do seu próprio trabalho, já é um grande passo: ninguém deve conhecer seu tema melhor do que você mesmo. Mesmo assim, é bom checar se você domina todos os aspectos daquilo que você vai apresentar. Conhecer algumas curiosidades adicionais também ajuda. Quanto mais confiança você transmitir, mais o público estará à vontade para acompanhar sua apresentação. Se existem **críticas** à sua hipótese ou aos métodos, **faça-as você mesmo** durante sua apresentação. Mostre que você domina o assunto.

3. Mesmo que você não a siga, é uma boa idéia ter em mente a máxima tradicional da comunicação científica: "**diga-lhes o que você vai lhes dizer; então diga; e depois diga-lhes o que você acabou de dizer**". Você pode escolher seguir essa ordem na organização do seu conteúdo, apresentando primeiro um breve resumo da sua mensagem, depois seu conteúdo propriamente dito, e por fim um slide de conclusão repetindo sua mensagem. Eu particularmente prefiro trocar a primeira parte por uma declaração firme da questão, para manter a "surpresa" dos resultados. No entanto, se a sua mensagem é controversa, contestável, ou extremamente inovadora, deixá-la clara logo no começo pode ser uma excelente estratégia para "ganhar" o seu público.

4. **Tome precauções para respeitar o tempo permitido**. Sua apresentação não deve, **NUNCA**, ultrapassar o tempo alocado, por três razões. Primeiro, porque se você lembrar de olhar no relógio, o tempo que acaba pode causar um **ataque de nervosismo** prejudicial à sua clareza: é aqui que muita gente começa a gaguejar, se repetir, e catar palavras (e assim demorar mais ainda!). Segundo, porque a sua audiência vai começar a ficar **impaciente**, podendo até deixar de ouvir sua apresentação para ficar de olho no relógio, ou simplesmente levantar para ir embora cumprir outros compromissos antes de ouvir sua mensagem final tão importante. E terceiro, porque, se for uma apresentação com horário rígido em uma seqüência de vários palestrantes, como nos principais congressos internacionais, você arrisca ser sumariamente convidado a **encerrar sua apresentação** em trinta segundos - e talvez sem dizer o mais importante.

Para dimensionar o tempo da sua apresentação, algumas regrinhas básicas ajudam:

- Monte sua apresentação escolhendo, antes de mais nada, as figuras de que você precisa para contar a sua história. **Calcule um minuto por figura, nunca menos**. Assim, uma palestra de 10 minutos não deve ter mais do que 10 figuras, e uma palestra de 45 minutos deve ter no máximo umas 45. Claro que isto é

um cálculo médio: figuras simples levarão menos tempo para serem apresentadas, e figuras muito complicadas levarão bem mais do que um minuto. Para que você não precise correr com o controle remoto (e deixar sua audiência cansada ou preocupada com quantas dezenas de slides ainda estarão por vir), uma boa palestra de 45 minutos terá idealmente não mais do que uns 30 slides.

Regrinha básica para dimensionar sua palestra: estime uma média de um minuto por slide.

- As figuras para o seu cálculo devem incluir material de apoio para a introdução, métodos, e conclusão. Avalie quanto tempo será absolutamente necessário para a apresentação dos seus resultados (que são o miolo de qualquer apresentação), e depois divida o tempo restante entre introdução e conclusão. Se você tem 10 minutos para sua palestra, não faz sentido passar 8 minutos introduzindo a questão...

5. Você tem um texto para a sua apresentação? Isso costuma ser dispensável, mas, em casos de extremo nervosismo ou de muito conteúdo para um tempo curto, preparar um texto *verbatim* da sua apresentação pode ser um exercício valioso. Seu texto servirá tanto como ajuda para dimensionar o tempo quanto como um guia para a prática, garantindo que, na hora H, você não começará a divagar, afastando-se do programado. **Calcule 150 palavras faladas por minuto.** Uma apresentação de 10 minutos, portanto, corresponde a um texto de não mais que 1500 palavras. **Em hipótese alguma, no entanto, leia sua apresentação para o público!**

6. Algumas pessoas gostam de entregar para a platéia um **resumo impresso da sua apresentação** e de uma ou outra figura mais importante. A idéia é boa, e a intenção é garantir que o público levará consigo ao menos aquelas palavras sobre o seu trabalho, nem que seja apenas literalmente... Se você decidir fazer isso, no entanto, informe-se previamente com o organizador do seminário para levar cópias suficientes.

TREINE, TREINE, TREINE

Se sua carreira de cientista está começando, a melhor garantia de uma boa apresentação oral é o treino. Treine, treine, treine até não ter mais paciência de dizer as mesmas coisas, então descanse e treine mais um pouco, de preferência vários **dias** antes da sua apresentação. É o treino que evita aquelas frases tortuosas cheias de palavras repetidas, “ééééé...” e “entões”. Mesmo pesquisadores respeitados praticam suas palestras (às vezes às escondidas!) com antecedência para não fazer feio. É verdade que alguns palestrantes experientes, que já conhecem seu assunto de trás para a frente, preferem não treinar; eles simplesmente montam um plano da apresentação, revêem as figuras, e constróem, na hora, frases perfeitas costuradas numa apresentação lógica e limpa, impecavelmente dentro do horário permitido. Claro que você também pode chegar lá. Eis algumas dicas:

1. Tente manter sua apresentação durante o treino em no máximo **90% do tempo permitido**. Vários fatores contribuirão para aumentar o tempo da sua apresentação quando for pra valer. Portanto, se sua apresentação de 10 minutos durar de fato 10 minutos durante os ensaios, há uma boa chance de você estourar o tempo concedido. Para falar 10 minutos, prepare-se para falar 9; se recebeu 45 minutos, prepare slides para falar 40.

Regrinha de ouro: enquanto você não tiver muita prática, *nunca* planeje usar todo o tempo que lhe foi destinado: na hora, sempre leva mais tempo.

2. Auto-avaliações são difíceis. Tente, mesmo assim, **avaliar seu próprio desempenho** durante a prática, procurando identificar seus pontos fracos; ou, melhor ainda, peça para um colega avaliar sua apresentação. Escolha alguém da sua área e que seja íntimo o suficiente para lhe dizer francamente que a sua voz está inaudível, que você falou “então” noventa vezes em dois minutos, que a sua introdução não faz o menor sentido, ou que você gesticula em excesso e perambula o tempo todo, ou fala olhando para baixo ou para as paredes. Antes ouvir essas críticas de uma pessoa só do que deixá-la na ponta da língua de todos os seus ouvintes.

3. Outra dica é **gravar sua própria apresentação em áudio e transcrevê-la em seguida**. A transcrição é a melhor garantia de que você ouvirá sua voz atentamente. Você poderá surpreender-se com a quantidade de ééééés, aaahhs, erros de concordância e repetições de palavras e ideias que costumam povoar comunicações orais, principalmente se você tiver a pachorra de transcrever sua fala (se você nunca fez, recomendo enfaticamente a experiência, é muito educativa).

Grave e transcreva sua apresentação. Você poderá ficar chocado... e nunca mais repetir os mesmos erros!

Cada pessoa costuma usar as mesmas “não-palavras” como pontuação; por isso, a transcrição é interessante também por permitir que você descubra os **seus** vícios de linguagem, e tente evitá-los dali em diante. Palavras repetidas, erros de concordância e éééés e aaaaaahs podem passar despercebidos numa apresentação, mas em excesso distraem a platéia, e frases bem construídas certamente soam melhor aos ouvidos. Eis alguns exemplos do que pode acontecer com frases simples durante uma apresentação oral:

- Uma introdução sobre a representação sensorial no córtex somestésico, que poderia ser dita assim: “O córtex somestésico primário processa informações somestésicas, ou seja, táteis e de dor, da superfície e do interior do corpo todo. Essas informações são segregadas no córtex de acordo com a região de origem, formando um mapa somatotópico”, pode sair assim, cheia de **não-palavras como pontuação**:

Bom, como eu vou falar de plasticidade no somestésico, vou começar então falando do córtex somestésico primário, tá?, que eleeeee, o córtex somestésico primário, ele processa informações, como o próprio nome já diz, né?, somestésicas, ou seja, éééé, informações táteis, né, de deeee pressão, de dor, de toque, né, naaa na superfície do corpo todo, né? Na verdade, não só na superfície, mas também ééééé no interior, né?, do indivíduo eeeee, com isso, essas informações elas são segregadas nooo no córtex, né, de acordo coooom aaa região de onde ela tá vindo, né?, formando uma espécie de mapa somatotópico, né?

- **Repetições desnecessárias** também podem ser evitadas:

Ou seja, os nossos controles eles estavam realmente dentro dos parâmetros elaborados pela Organização Mundial de Saúde. Éééé o outro dado que a gente encontrou foi o seguinte. Foi encontrado que há uma diferença significativa entre os dois grupos...

- **Vícios de linguagem**, como o futuro composto (vai ser) ao invés do presente (é) e o gerúndio desnecessário do paulistês, podem irritar os ouvidos se usados constantemente, como nesses dois trechos de uma mesma apresentação sobre como algas e cracas aderem ao substrato:

A fase larval da craca ela vai ter algumas, tipo um órgão especializado que vão se chamar antênulas, que vão estar especializadas nessa incrustação, que são pares, eles parecem mesmo como antenas que vão estar tocando, e ela vai estar caminhando no substrato até encontrar um lugar melhor.

(...) Essa alga é interessante, ela tem flagelos que eles vão servir pro primeiro contato, então eles vão funcionar como caudas que vão tocando, e aí o esporo vai chegar e vai grudar no substrato (...) então ela vem lá, soltinha, encosta, ela vai retrair os flagelos dela, e depois vai estar liberando o adesivo, e aí depois vai ficar permanente, e ela vai crescer grudadinha no substrato. (...) aqui a gente vê várias vesículas repletas desses compostos que vão estar servindo para a adesão da célula.

Adquira o hábito de avaliar a apresentação de outras pessoas, de principiantes a palestrantes escolados. O que eles fazem bem, o que eles fazem mal? Além de servirem de exemplo para você, suas observações farão com que você fique mais atento aos mesmos erros e acertos em suas próprias palestras.

4. Saiba a ordem da sua apresentação de cor. PowerPoint e Keynote têm um recurso ótimo que é mostrar o próximo slide na sua tela individual - se você tiver uma. É bem possível, contudo, que o auditório ou sala onde você for se apresentar não tenha um monitor pessoal para você, ou não permita que você use seu próprio laptop ou fique perto dele. Em todos os casos, é uma grande ajuda conhecer de cor a ordem de todos os slides da sua apresentação. É isso que lhe permitirá fazer as transições naturalmente, como se estivesse contando uma estória, ao invés de descobrir a cada novo slide o que deve falar agora.

ELEMENTOS DE UMA BOA APRESENTAÇÃO ORAL

LINGUAGEM

- **Converse com a plateia.** Sua entonação é o que fará a plateia se sentir envolvida em sua palestra. Ler um ou dois trechos ou citações não é pecado, mas ler uma palestra inteira, de 10 ou 50 minutos, é abusar da boa-vontade da sua platéia. É preciso muita prática para dar entonação, ritmo e colorido a um texto escrito; apresentadores de televisão e locutores de rádio levam anos aperfeiçoando seus dotes. Além do mais, é fácil se perder lendo um texto – e sua plateia achará, com toda razão, que perdeu seu tempo indo assisti-lo se poderia ler confortavelmente seu texto em casa, em outro momento. Como regra geral, portanto, **nunca leia uma apresentação.**

Se for absolutamente necessário ler a apresentação – em uma língua estrangeira, por exemplo -, **escreva sua apresentação literalmente**, e imprima em tipo GRANDE. O desafio será lê-la com boa entonação; sem cobrir seu rosto com o papel; sem se perder na leitura; e sem se atrapalhar com o microfone, controle remoto, e apontador que você está segurando ao mesmo tempo...

- **Fale alto e firme.** Sua voz deve ser audível para as pessoas sentadas na última fileira do auditório, e deve transmitir segurança e conforto com a situação. Se não houver um microfone, o jeito será falar alto. Se você naturalmente fala baixo ou é tímido, pratique com um amigo sentado na última fileira de um auditório até que ele consiga ouvi-lo. Microfones resolvem este problema, mas criam outro: encontrar a posição certa. Na dúvida, coloque o microfone a uns 10 cm da sua boca, aponte-o para ela, e lembre-se de mover o microfone sempre que você mover a cabeça para mostrar seus slides!

- **Modulação da voz.** Nada convide mais ao sono do que um palestrante monotônico. Procure falar o mais normalmente possível, com melodia na voz, como se estivesse conversando com a plateia. Use a modulação da sua voz para demonstrar sua empolgação com o trabalho. Uma das causas do tom monótono em palestras é nervosismo, que faz com que o apresentador pare de se ouvir. A melhor maneira de garantir uma modulação agradável da voz durante a palestra, portanto, é **ouvir o que você mesmo diz.**

Ouçá-se! Você consegue dar sua palestra em sua voz normal?

- **Velocidade da fala e pronúncia.** Palestrantes que fa-lam-mu-i-to-de-va-gar podem irritar a platéia, além de tenderem a soar monótonos. Falar muito rápido, por outro lado, também pode ser fatal, se você não possuir boa dicção. Falar estupidamente rápido é um recurso para transformar 30 minutos de conteúdo em 10 no relógio que é reservado aos que, além de possuírem dicção impecável, têm a palestra toda na ponta da língua, domínio total e absoluto do tema, raciocínio limpo, didática perfeita, e falam sem qualquer vício de linguagem. Se você não se chama Susan Greenfield, neurocientista inglesa que eu assisti dar uma palestra impecável como se narrasse uma corrida no jôquei, não tente espremer sua apresentação no tempo alocado falandorápidocomoumlocutoresportivo.

Cuidado para não falar rápido demais – nem devagar demais.

- **Vícios de linguagem.** Éééééé, aaaaaaaa, então a gente fez, então a gente viu, então a gente encontrou, bom, então... Os primeiros podem até ser divertidos, mas vícios de linguagem são sinal de insegurança, falta de preparo, e nervosismo – além de irritarem os ouvidos da sua platéia, que pode parar de ouvir o que você está dizendo para contar todos os 72 “então” pronunciados em 15 minutos. Descubra os seus vícios e elimine-os. Como? Grave uma palestra sua, transcreva-a, e daí em diante procure ouvir a si mesmo durante a palestra. Além disso, vícios trazidos pela insegurança são facilmente debelados com o treino da palestra.

Grave e transcreva suas primeiras palestras para identificar seus vícios de linguagem – e então eliminá-los.

- **Domínio da língua.** Falar inglês é penoso para você? Se o simples treino não resolver, uma saída é **escrever sua palestra toda e decorá-la.** Se ainda assim o resultado for catastrófico, o melhor pode ser adiar sua palestra, ou pedir que um colaborador faça a apresentação por você. Sotaques fortes e pequenos erros gramaticais são perfeitamente toleráveis (e até charmosos!), embora possam distrair momentaneamente o público do seu conteúdo. O que não pode acontecer é faltarem-lhe palavras, o que só vai deixá-lo mais nervoso e constrangido. Se você não está seguro o suficiente para falar numa língua que não é a sua, melhor nem tentar desta vez. Lembre-se que depois da apresentação ainda vêm as perguntas...

- **Humor e leveza.** Ninguém espera que um palestrante seja engraçado, mas um pouco de leveza sempre ajuda. Se você puder inserir seu assunto em um contexto, ou explicar quais são suas implicações no dia-a-dia, ótimo. Mas não conte uma piada a não ser que você tenha absoluta certeza de que ela é apropriada, e de que você será capaz de contá-la do começo ao fim sem gaguejar. Piadas ensaiadas demais podem não ter graça, e uma piada pela metade por causa de nervosismo só vai deixá-lo ainda mais nervoso.

MANEIRAS

- **Respeito ao limite de tempo.** Faça todo o possível para não ultrapassar o tempo alocado à sua apresentação. Estender-se além do tempo é desrespeitoso para com a platéia e seus eventuais companheiros de apresentação. Se ainda assim você ultrapassar o limite, **não peça desculpas** por isso: você pode desfazer a mágica que deixou sua platéia encantada com a sua apresentação e nem notou o avançado da hora.

- **Postura durante a apresentação.** Você consegue manter-se de pé **ereto, olhando para a frente**, durante sua apresentação? Bons palestrantes ficam voltados para a plateia, e falam para ela e não para a tela. Olhar sempre para a plateia é mais fácil quando você pode usar um pointer em seu próprio computador ou iPad, sem precisar se torcer para apontar para a tela. Bons palestrantes também mantêm uma boa postura, sem ficar olhando para o chão ou para a parede, por cima das cabeças da plateia; **não ficam com as mãos enfiadas nos bolsos, ou gesticulando excessivamente; e sobretudo não ficam andando para lá e para cá** durante toda a apresentação. Isso também não quer dizer que você deva ficar plantado como um poste durante o tempo todo. Mova-se normalmente, como se você estivesse conversando com um colega.

Fale de pé, de frente para a sua plateia, sem as mãos nos bolsos, e gesticulando normalmente.

- **O controle remoto.** Você sabe usá-lo? Se não sabe, aprenda ANTES: descubra qual é o botão do laser, qual avança a apresentação, qual retorna, e sobretudo se algum encerra a apresentação. Se isso é novo para você, experimente algumas vezes alternar entre avançar a apresentação e usar o laser para se acostumar com a ideia. Se você precisar negociar controle remoto, laser e microfone ao mesmo tempo, talvez precise improvisar alguns dotes malabarísticos. Para não ter que fazer isso, use uma mesa ou púlpito para apoiar o remoto enquanto usa o laser. Melhor mesmo, contudo, é **ter o seu próprio laser/controlado remoto**: aquele que você já sabe usar sem surpresas, e em uma mão só, deixando a outra livre caso precise segurar um microfone.

Saiba dominar o projetor, a saída de vídeo do seu laptop ou iPad, a configuração das telas, o controle remoto e o laser, sem precisar pedir ajuda.

- **Nervosismo é contagiante.** Se você aparentar nervosismo, sua platéia ficará nervosa e aflita junto com você, a ponto de distrair-se dos seus resultados. Se você costuma ficar nervoso, peça ajuda a um amigo para descobrir se você fica arrumando os cabelos, a blusa, coçando o nariz – e tente se controlar. Fuja do pointer a laser se você não for capaz de segurá-lo com firmeza, para que ele não fique tremendo na tela.

- Assim como o nervosismo é contagiante, sua **empolgação** com o trabalho também é, e a melhor maneira de transmiti-la é com um bom envolvimento com a platéia: você é capaz de fazer cada pessoa ali sentir-se como se você estivesse conversando com ela, pessoalmente?

FORMA

- **Saudação inicial e agradecimentos.** Cumprimentar a platéia é fundamental, e é o primeiro passo para envolvê-la na sua apresentação. Num congresso, onde os vários palestrantes se sucedem rapidamente, diga seu nome, onde trabalha, e o que veio falar: “Bom dia, meu nome é Benevides da Cunha, sou doutorando na Universidade Macaxeira, e vou falar para vocês sobre a diversidade ecológica da canção de acasalamento das cigarras” (note que não é necessário ler o título da sua apresentação; sua plateia sabe fazer isso sozinha). Se você foi convidado a dar a palestra, começar agradecendo seu anfitrião é indispensável.

- **Encadeamento.** Sua palestra deve transcorrer com fluidez, sem interrupções ou quebras de continuidade: você deve ser capaz de fazer uma apresentação linear, sem ficar voltando três slides atrás para dizer o que você esqueceu de dizer. Para isso ajuda muito saber seus slides de cor; ter acesso em seu monitor pessoal à imagem seguinte que será apresentada; ou ter uma pequena cola – pequena! – mostrando a sequência de imagens que aparecerão.

- **Saudação final.** Raramente um trabalho é feito por uma pessoa só, sem qualquer tipo de ajuda de outros. Sua platéia espera, portanto, que você faça os devidos **agradecimentos**. Mesmo que você mostre fotos dos seus colaboradores ou mencione seus nomes por escrito nos locais adequados durante a palestra (o que é muito simpático), é indispensável fechar a apresentação com um slide de agradecimentos. Mas não o mostre dizendo simplesmente “e estes foram meus colaboradores”; dedique

parte do tempo da sua apresentação para reconhecer devidamente, e nominalmente, as pessoas que contribuíram diretamente para o que você fez. Palavras elogiosas aqui são muito bem vindas.

ANTES DA APRESENTAÇÃO

1. Escolha uma roupa adequada. Lembre-se que o foco da atenção do público deve estar nas suas palavras, não nas suas roupas. Estas, portanto, não devem ser informais nem demais, nem de menos. **Vista-se de uma maneira que demonstre seu respeito pela audiência.** Terno e gravata não são obrigatórios para os homens, a não ser que a ocasião seja formal, como um convidado de honra em um congresso, ou uma palestra com vistas a um novo emprego (como os *job seminars* nos EUA). **Uma boa dica é vestir-se um pouco melhor do que como você imagina que o seu público estará vestido.** Nada de roupas rasgadas, manchadas, ou que deixem transparecer qualquer tipo de desleixo, como mangas de camisa desabotoadas. Além de não demonstrarem que você tem a audiência em alta consideração, detalhes problemáticos podem deslocar a atenção da platéia, quando o que você quer é que eles prestem atenção à sua mensagem. Por isso, evite: roupas transparentes, rasgadas, curtas demais, longas demais, manchadas, furadas, bijuterias barulhentas ou espalhafatosas, cabelo despenteado, maquiagem excessiva, e sapatos furados ou de salto barulhento.

Suas roupas são uma demonstração do seu respeito pelo público e pela ocasião.

2. Imprevistos acontecem, mas você deve estar preparado para tudo o que diz respeito a você. Se sua apresentação está num CD ou pendrive, você já checkou se ele não está danificado ou com vírus? Tem uma cópia à mão? Sabe se seu disco funciona tanto em PCs quanto em Macs? Se você tem um Mac, você está com o adaptador para o projetor? Se você vai usar seu próprio computador e ele negar fogo na hora H, você tem uma cópia da sua apresentação em um formato que o computador local possa ler? Sobretudo, se você usar seu próprio computador, **desligue o antivírus, o skype e qualquer outro programa** que possa interromper sua apresentação com uma mensagem de notificação – ou pior, com mensagens picantes de *chat* aparecendo na tela para todos verem!

Tenha sempre uma cópia extra de sua palestra em uma mídia diferente.

3. Não se atrase. Chegue com no mínimo 15 minutos de antecedência para transferir sua palestra para o computador da sala, ou ligar o seu próprio computador ao projetor, e também se familiarizar com a sala: saiba onde estão os interruptores, controles, luzes que você for precisar. Esperar 15 minutos pelo público é ok, mas fazer o público esperar por você é péssimo. Aliás, se sua apresentação for num congresso de grande porte, os organizadores simplesmente NÃO esperarão até que você se digne a aparecer – e você terá uma hora marcada para transferir sua apresentação ou testar seu computador com bastante antecedência.

4. Nervoso demais? Vá dar uma volta. Ande uns 15 minutos, bata papo com um amigo, coma algum tipo de açúcar (é sério). Isso lhe dará tempo para colocar as idéias no lugar ou parar de pensar besteira, e voltar mais relaxado ao local da palestra.

5. Você tem tudo o que precisa? Água? O controle remoto? Um pointer? Se você ainda é iniciante, tenha à mão, em algum lugar estratégico, um **guia da sua apresentação**. Pode ser uma lista de tópicos para cada slide, uma página contendo miniaturas dos seus slides, ou simplesmente uma ou duas frases que você não quer deixar de dizer. Ler uma apresentação toda é péssimo, mas dar uma ou duas olhadinhas

discretas num papel não fica feio. **Decorar suas frases de abertura** pode ser uma santa ajuda. Em caso de branco ou dificuldade generalizada para **começar** sua palestra, apele para a cola: duas frases escritas num papel podem ser o suficiente para você deslanchar por conta própria.

DURANTE A APRESENTAÇÃO

1. Agora é pra valer. **Levante-se, sorria e cumprimente sua platéia.** Se você foi convidado a dar a palestra, antes de mais nada **agradeça seu anfitrião.**
2. Você foi apresentado pelo anfitrião? Se não foi, **apresente-se.** Diga seu nome, onde você trabalha, onde o trabalho foi feito. Se você foi apresentado, diga claramente onde o trabalho foi feito, e se foi feito em equipe, pense em identificar logo seus colaboradores principais.
3. **Você está se ouvindo?** Muita gente fica tão nervosa que entra em modo automático e dá uma palestra mecânica, repetindo psitacideamente tudo o que decorou no treino. O resultado costuma ser uma declamação monotônica, sem modulação de voz, às vezes até inaudível. Tente criar o hábito de ouvir o que você está dizendo, já durante o treino. O público ouvirá a diferença entre um palestrante apavorado que matraqueia o que decorou, e outro que parece mais **dialogar com a platéia.** E para dialogar com a platéia, é preciso antes de mais nada se ouvir.
4. Fale de pé, **sempre de pé,** a não ser que receba instruções expressas de falar sentado. Ainda assim, sugira aos organizadores que os membros da mesa se sentem na plateia enquanto você faz sua apresentação, para que eles tenham mais conforto. Falar de pé demonstra respeito pela sua plateia (seu esforço de ficar de pé demonstra esse respeito); evita uma péssima postura à mesa (tem gente que quase se deita na mesa quando começa a falar, o que dá uma impressão terrível); e ainda melhora a sua entonação, já que permite que você gesticule melhor, e com isso a fala sai mais naturalmente.
5. Não fale com os seus slides; fale para a platéia. Em outras palavras, **olhe para a platéia.** Evite dirigir o olhar sempre para a mesma pessoa conhecida, ou os outros se sentirão excluídos, e com razão (e ela, talvez desconfortável!). Posicione-se perto da tela; não tente se esconder no canto da sala. E **fale alto.** Olhando para as últimas fileiras do auditório você saberá se sua voz chega até lá ou não.
6. **Tire a mão do bolso, e não fique arrumando o cabelo.** Se você não souber o que fazer com suas mãos, segure o *pointer* em uma e a sua “cola” na outra. Não deixe de usar suas mãos para dar ênfase ao que você quer dizer; apenas não as agite no ar o tempo todo, para não deixar ninguém tonto.
7. Se você está nervoso, **evite usar o pointer a laser.** Aquele trequinho é a maior bandeira para mãos trêmulas. Prefira o trackpad do seu laptop, a tela do iPad, uma vareta, ou use os próprios dedos se você estiver perto da tela. Se não houver alternativa, experimente pousar a mão com o pointer sobre o púlpito para mirar em direção à tela, ou use uma mesa, a barriga, ou as duas mãos.

Mesmo sem nervosismo, o bom uso do pointer requer um certo treino. Primeiro, certifique-se de que você sabe por qual lado sai a luz antes de ligá-lo: não é uma boa idéia iluminar seus próprios olhos ou os da platéia. Segundo, **não fique girando a luzinha** interminavelmente sobre a tela ao apontar para suas imagens. Aponte, acenda, "sublinhe" **uma vez** com a luz vermelha o que você quer mostrar, e chega. Resista à tentação de sublinhar com o pointer cada palavra do texto na tela enquanto você o lê; indique o parágrafo, e pronto.

8. **Leia em voz alta,** e verbatim, aquele texto que você deseja que seja absorvido integralmente por sua

plateia, como uma citação, para que sua plateia não se perca. Um texto grande pede para ser lido; se você ao invés disso ficar falando outras coisas, sua plateia nem bem ouvirá você, nem bem lerá o texto. Sobretudo, não deixe o texto lá para as pessoas lerem enquanto você espera em silêncio!

9. Se apesar de todos os seus cuidados uma figura ficou ilegível, o computador local fez picadinho das suas fontes, ou a cor que ilustrava o efeito não aparece, **NÃO** diga que a platéia "pode acreditar em você" ou algo do gênero. Explique simplesmente o que deveria estar visível como se de fato estivesse, e siga em frente. Desculpas não são necessárias e só chamam a atenção para o que você não conseguiu ou não se preocupou em fazer (mais a respeito de desculpas abaixo).

10. Em caso de tilt, lâmpada queimada ou computador travado, nada de pânico. Mantenha a pose e o sorriso enquanto os organizadores identificam o problema. Você pode aguardar até que eles proponham uma solução, mas, se começar a demorar demais, lembre-se que será ótimo para você e sua platéia se você for capaz de **continuar a apresentação** como se nada tivesse acontecido, usando o quadro-negro ou uma transparência. Por isso, se você topar, indique logo ao organizador que você está disposto a continuar assim mesmo, enquanto alguém localiza o problema ou troca o equipamento. Todos ficarão aliviados, e quem sai ganhando é você, que além dos seus dados bacanas demonstrou ter jogo de cintura.

11. Agora que você está em velocidade cruzeiro, **tente curtir o momento**, porque logo terá acabado. Você ficará contente de lembrar de todas aquelas coisas importantes que você queria dizer, e de ter a oportunidade de mostrar o seu trabalho.

12. Chegando à sua conclusão, **recapitule em duas ou três frases tudo o que você acabou de dizer**. É sua chance de deixar a mensagem clara e fresquinha na cabeça da audiência. E resista à tentação de ficar acrescentando outras observações se ainda sobrar tempo. Diga o que você tinha a dizer, e pronto. Guarde o tempo que sobrar para encantar a plateia com respostas às suas perguntas.

13. Mesmo que você prefira fazer os **agradecimentos** às pessoas envolvidas no seu trabalho antes de começar a palestra, é **IMPERATIVO** terminar a apresentação mostrando o devido reconhecimento às pessoas que contribuíram para o seu trabalho. Não fazê-lo deixará a audiência pensando que você é um narcisista mal-agradecido.

14. Terminou? **Indique à audiência claramente que sua apresentação chegou ao fim**. Isso poupará a todos aqueles segundos constrangedores em que a platéia não sabe se já pode agradecer-lhe pela apresentação com aplausos enquanto você sofre pensando se eles gostaram ou não. Um simples "muito obrigada/o pela sua atenção" já resolve.

DEPOIS DA APRESENTAÇÃO

Agora é a hora da discussão, e cabe a seu apresentador, e não a você, perguntar se alguém tem perguntas sobre o seu trabalho (embora você possa colocar-se simpaticamente à disposição para responder perguntas – mas só faça isso se souber de antemão que haverá tempo para perguntas, **E se você não o tiver ultrapassado!**). Se a sua apresentação tinha 15 minutos alocados e você usou bem seu tempo, deve haver uns 5 minutos para perguntas; se era uma apresentação de 45 minutos, geralmente haverá outros 15 disponíveis para a discussão. Se várias mãos se levantarem prontamente, **seja breve em suas respostas**, para dar a todos a oportunidade de fazer seus comentários.

Se nenhuma mão se levantar logo, não se desespere. A plateia provavelmente está terminando de digerir os dados interessantíssimos que você apresentou e está tentando elaborar suas perguntas de uma forma clara. Enquanto isso, a pessoa que o apresentou provavelmente fará a primeira pergunta. Se não fizer, você pode aproveitar para esclarecer algum ponto do seu trabalho que, na sua experiência, sempre deixa questões em aberto. Isso servirá como “aquecimento” para a platéia, e em seguida a discussão deverá fluir animadamente.

Isso significa que quando for você o organizador, tenha sempre uma questão na manga para o caso de a platéia demorar a fazer perguntas. Socorra o seu convidado como você gostaria de ser socorrido numa situação dessas.

DICAS PRÁTICAS PARA SUA APRESENTAÇÃO ORAL

1. Tem gente que fica tão nervosa que passa mal antes de uma palestra. Se você acha que corre o risco, evite comidas pesadas na véspera. Se você é daqueles que chegam a ter diarreia grave por causa de uma apresentação, compre na farmácia da esquina um comprimido de carvão ativado e tome um dia ANTES da sua apresentação. Apelar para ansiolíticos, contudo, só em casos extremos. Lembre que você corre o risco de passar do ponto e ficar “lento” e até com a voz pastosa (o que eu já vi acontecer).
2. Alérgico? Resfriado? Não se preocupe demais. A adrenalina na hora de encarar a platéia desentope qualquer nariz e garante uma apresentação livre de espirros.
3. O computador do congresso congelou? Acabou a pilha do *pointer*? A lâmpada do projetor morreu? Nada de pânico; isso tudo é problema da instituição que o convidou. Aja naturalmente e sobretudo **não peça desculpas**.
4. Aliás, falando em pedir desculpas: **pense DEZ vezes antes de pedir desculpas por QUALQUER coisa referente à sua palestra**. Mesmo que seja gentil e bem-intencionado, um pedido de desculpas geralmente só funciona **contra** você. Se você está atrasado, pedir desculpas só fará com que a platéia consulte o relógio para constatar que, de fato, você está (muito) atrasado, e nem se preocupou em chegar mais cedo antevendo o engarrafamento. Se você tiver falado demais e estourado o tempo, um pedido de desculpas só faz quebrar a mágica que fez com que a platéia, encantada com a sua apresentação, nem notasse o adiantado da hora. E não será um pedido de desculpas que fará com que ninguém fique menos irritado com o seu abuso do tempo. Se a qualidade de seus slides deixa a desejar, é melhor concentrar a atenção do público no *conteúdo* das figuras - porque pedir desculpas pela má qualidade dos slides é a maneira mais certa de garantir que, agora sim, TODOS notarão que você foi desleixado. Se seus slides estão em inglês e a platéia é toda brasileira, pedir desculpas não conserta o problema; apenas deixa claro, para quem ainda não tinha notado, que você não se deu ao trabalho de traduzir seu material. Se seu inglês é meio capenga, pedir desculpas por ele só servirá para torná-lo o centro das atenções: graças à sua gentileza, a platéia passará a apresentação inteira prestando atenção nas suas falhas. Todo mundo SEMPRE poderia ter se esmerado mais na preparação de palestras, e pedir desculpas é passar atestado de pouco respeito para com sua platéia. Sobretudo, NUNCA, NUNCA, NUNCA termine a sua apresentação com um pedido de desculpas!

COMUNICAÇÃO ESCRITA

ANTES DE MAIS NADA...

A página em branco no processador de texto pode ser intimidadora. Por onde começar?

1. Você já **escolheu a revista** para onde enviará o manuscrito? O fator de impacto da revista e o público que lerá o seu trabalho são critérios importantes a considerar na escolha. Além disso, revistas diferentes impõem formatos diferentes aos seus autores, alguns bem curtos e restritos, outros maiores e mais livres. Procure as **Instruções aos Autores** da revista que você escolheu e leia-as com cuidado.

2. Antes de encarar o processador de texto, uma dica é preparar o que se chama "**reservatórios**": uma pilha de 6 páginas em branco que você intitulará, respectivamente, Título, Resumo, Introdução, Materiais e Métodos, Resultados e Discussão. O intuito é ajudá-lo a organizar suas idéias, agrupando-as nas seções adequadas. Em cada uma dessas folhas você poderá anotar, livremente, tudo o que você lembrar que for pertinente a cada seção. É uma oportunidade de relacionar informações importantes antes de ter que encarar o processador de texto e a necessidade de transformar suas idéias em frases com começo, meio e fim.

PARA COMEÇAR, A MENSAGEM

Perguntinha indiscreta: você sabe sobre o que tratará este artigo? Em outras palavras, você já sabe dizer, em uma frase, **qual é a mensagem desse artigo**? Se ainda não consegue, sugiro que tente um pouco mais antes de sentar para escrever seu artigo. Sua vida será bem mais fácil se você tiver em mente uma ideia norteadora de todo o esforço ao encarar a página branca do Word ao invés de esperar descobrir essa ideia norteadora ao longo do processo. Se você consegue formular sua mensagem em uma frase (literalmente: “este será o artigo sobre...”), você tem de fato uma estória para contar, está pronto para escrevê-la, e pode passar ao passo seguinte: escolher a revista para a publicação.

(Sim, você pode deixar essa escolha para mais tarde, com o artigo já pronto. Algumas revistas, contudo, têm formatos bem particulares, por exemplo muito curtos, como a *Science*, as revistas do grupo *Nature*, e a *PNAS*; se sua escolha for por uma dessas, é bem menos trabalhoso já começar escrevendo o artigo na versão curta do que encurtá-lo mais tarde.)

Pense e repense nos seus resultados até conseguir formular, em uma frase, o que seu artigo dirá. Aí, sim, você estará pronto para escrevê-lo.

FATOR DE IMPACTO

O Fator de Impacto (*impact factor*) é um número que indica, em um determinado ano, o número médio de vezes que os artigos de uma revista foram citados (individualmente) nos dois anos anteriores. Em 2011, por exemplo, anuncia-se o fator de impacto em 2010 de uma revista, calculado sobre o número de vezes que seus artigos publicados em 2008 e 2009 foram citados em revistas indexadas ao longo de 2010. O número é calculado e divulgado pela ISI (*Institute for Scientific Information*), criadora do índice, em cujo site você pode encontrar os fatores de impacto das revistas da sua área.

Faça uma lista das revistas da sua área e dos seus fatores de impacto nos últimos anos.

Quanto maior o fator de impacto, maior o número médio de citações que o artigo “típico” daquela revista recebeu nos dois anos anteriores – e, portanto, maior a chance, ao menos em teoria, de que o seu artigo, se publicado ali, também venha a ser altamente citado, partindo-se do princípio que a revista deve ter um fator de impacto elevado por assegurar alta visibilidade a seus artigos. Os maiores fatores de impacto, em torno de 30, são justamente de revistas de alta visibilidade como *Science* e *Nature* – mas isso é realmente extraordinário; revistas excelentes, como a *Proceedings of the National Academy of Sciences USA*, que como as duas anteriores também publica artigos de primeira linha em todas as áreas do conhecimento, têm fatores de impacto em torno de 9; e revistas muito boas mais especializadas têm fatores de impacto em torno de 5.

Naturalmente, o fator de impacto elevado de uma revista não garante que seus artigos sejam excelentes, nem o fator de impacto reduzido de uma revista faz de seus artigos contribuições medíocres para a ciência. Em geral, campos da ciência com grandes números de publicações terão revistas especializadas com fatores de impacto elevados, enquanto campos muito especializados ou pequenos terão revistas com

fatores mais baixos. Além disso, o fator de impacto não informa, por exemplo, sobre a longevidade dos artigos de uma revista, mas apenas sobre sua repercussão imediata.

Apesar dessas e outras limitações, o fator de impacto é um dos números que irão para seu currículo. Mas não é essa a maior razão para escolher uma revista de fator de impacto elevado para publicar seu artigo, e sim a maior chance de seu artigo ser realmente **visto pelas pessoas que lhe interessam**.

Revistas interessantes para publicar seus artigos são aquelas onde você lê artigos semelhantes de seus pares, pois nelas seus artigos serão lidos por eles.

Um fator de impacto elevado é uma grande vitrine para uma revista, porque é justamente o que atrai autores, e portanto dinheiro (porque, como você verá em breve, autores pagam, e caro, para publicar seus artigos). Uma das funções dos editores das revistas científicas, portanto, é zelar por manter o fator de impacto da revista elevado através da seleção de artigos que têm boas chances de serem bastante citados na literatura. Note que isso não é necessariamente sinônimo de um artigo excelente; infelizmente, há artigos altamente citados na literatura justamente porque são controversos, ou fazem alguma afirmação que vários outros refutam depois.

No Brasil, a CAPES tem seus próprios critérios de classificação de revistas científicas: a tabela Qualis. A classificação é complicada, mas os princípios básicos que norteiam a avaliação pela Qualis das publicações em seu currículo são fáceis de resumir: publicações estrangeiras são mais conceituadas; quanto maior o fator de impacto, melhor (claro); e fatores de impacto acima de 1 são fundamentais.

COMO ESCOLHER A REVISTA PARA SEU ARTIGO?

Claro que o fator de impacto mais elevado conta, e claro que você adoraria ver seu artigo na *Science* ou *Nature*. Mas a grande maioria – mesmo, mais de 90% - dos artigos submetidos a essas revistas é rejeitada sumariamente, sem revisão. Você pode, claro, resolver adotar uma estratégia de abordagem em massa e submeter cada um de seus artigos a essas revistas primeiro, só para ver se cola. Na prática, você só perderá tempo (verdade que não tanto assim: essas revistas costumam recusar artigos em uma semana). Bom senso ajuda: seu artigo é mesmo digno de uma revista dessas? Se é, mande ver. Mas se não for, pense em mirar em algo ainda otimista porém mais realista, como uma boa revista da sua área.

Qual delas? Eu gosto de escolher revistas pensando antes de mais nada em onde meus artigos serão vistos pelo público que eu gostaria que os citasse no futuro. A escolha óbvia nesse caso, portanto, são as revistas onde meus pares publicam artigos sobre temas semelhantes ao meu artigo da vez. Pense, portanto, no público que você deseja que leia seu artigo: que revista esse público lê?

A facilidade de acesso à revista hoje em dia também conta, com cada vez mais revistas publicando no formato *open access* – que custa mais caro para o autor, mas deixa seu artigo disponível para qualquer usuário, sem que seja preciso assinar a revista (embora assinaturas institucionais estejam se tornando cada vez mais comuns) ou pagar para ter acesso *online* ao artigo.

Você dispõe de fundos para bancar uma publicação em revista *open access*? Informe-se com sua agência de fomento se há auxílio específico para isso .

Claro, o fator de impacto deve ser levado em consideração também. Entre duas publicações com perfis semelhantes, a de maior fator de impacto é a escolha óbvia – a menos que outros fatores também pesem, como **quem é o editor atual** de cada revista.

Você sabe quem são os editores das principais revistas da sua área?

Ah, pensou que o processo de seleção de artigos fosse impessoal? Que ingenuidade. Todo processo encaminhado por pessoas tem um viés pessoal em algum momento, se não em todos. Editores têm personalidade e caráter, e esse caráter é passado à revista. Alguns são sabidamente murrinhas, daqueles que encrizilham mesmo com detalhes que os revisores consideram inúteis. Outros são bem mais práticos. Uns levam à risca as recomendações dos revisores; outros sabem intervir e moderar essas críticas ou exigências. Alguns trabalham na mesma área que você, e podem portanto ter o seu tema em grande estima; outros podem justamente achar que a sua abordagem é incorreta e acabar desfavorecendo você (inconscientemente, talvez, mas ainda assim desfavorecendo você). Como você vê, portanto, conhecer os jogadores principais na sua área, a começar pelos editores das revistas, é fundamental.

E cuidado com o chamado “fogo amigo”, aqueles tiros dados por soldados do seu próprio país que acabam atingindo você. Ao invés de se mostrar “seu amigo”, como você esperava, um editor seu conhecido pode ser ainda mais rigoroso com a avaliação do seu artigo justamente por medo de ser acusado de favorecê-lo – e acabar prejudicando seu artigo.

O FORMATO

Uma vez escolhida a revista, você agora sabe o formato em que deve preparar seu artigo para submissão. Se não escolheu ainda, também não é grave. Com toda a diversidade, revistas científicas costumam adotar apenas pequenas variações sobre um formato padrão, que consiste em:

- Página de rosto
- Resumo
- Introdução
- Materiais e Métodos
- Resultados
- Discussão
- Agradecimentos
- Referências citadas
- Tabelas e legendas
- Legendas das figuras
- Figuras
- Material suplementar

Uma vez escolhida a revista, procure suas Instruções aos Autores, leia-as com cuidado e anote as informações mais importantes, como: limite de toques ou palavras do texto, limite de figuras e tabelas, formato das figuras e tabelas, se elas devem ou não ser inseridas no texto ou serem submetidas separadamente, o formato das referências, e a ordem das seções do texto principal.

PÁGINA DE ROSTO

Essa é bastante simples – embora aqui deva constar o título, que certamente vai exigir algumas horas do seu tempo, e talvez semanas até chegar à sua configuração final. Esta é a página que apresenta seu artigo aos editores, e por isso deve conter as informações “burocráticas”: título do trabalho, lista de autores e afiliações, endereço do autor responsável pela correspondência sobre o artigo, palavras-chave, e número de figuras, de tabelas, e talvez de caracteres no texto principal do artigo. A página com instruções para autores da revista que você escolheu dirá exatamente o que deve constar aqui.

1. Título. Ao formulá-lo, lembre que ele deve casar com o **público alvo** da revista: pode ser mais específico se a revista for mais especializada, mas deve ser mais genérico (porém ainda informativo) se a revista for mais abrangente. Num primeiro momento, não se preocupe em chegar ao título final. Ao contrário, experimente: naquela folha em branco lá de algumas páginas atrás, escreva várias alternativas, com variações grandes e pequenas. Deixe lá as alternativas por um tempo, enquanto você for escrevendo o resto do artigo. Aos poucos o melhor título se tornará óbvio para você.

Várias revistas impõem **restrições** ao título, como número de caracteres e uso ou não de abreviações, dois pontos ou ponto de interrogação. Também é comum revistas pedirem, além do título do artigo, um **"running title"**: um título bem mais curto para o cabeçalho de cada uma das páginas do artigo impresso.

2. Autores. Esta é aquela parte do trabalho que deveria ser trivial, mas muitas vezes se mostra a mais difícil, fonte das maiores dores de cabeça. O não trivial aqui é **determinar a ordem dos vários autores**. Primeiro é preciso definir quem são e sobretudo *não* são os autores do artigo. Uma regrinha simples ajuda bastante: **é autor quem contribuiu para que o trabalho saísse exatamente como saiu**. O primeiro autor deve ser a pessoa envolvida diretamente na maior parte dos experimentos, e geralmente é ele quem escreve o manuscrito. Hoje em dia, o último autor é o mais *senior* do grupo: o “pai” ou “mãe” do projeto, e quem assume a responsabilidade de responder por aquele trabalho anos mais tarde, quando por exemplo os demais autores tiverem se mudado para outros laboratórios. Por essas razões, o autor responsável pela correspondência (inclusive a submissão do artigo) geralmente é ou o primeiro autor, ou o último.

Quando **dois autores contribuíram igualmente** para o trabalho, é de praxe identificá-los com um asterisco remetendo a uma frase com esse efeito. Note, contudo, que ainda assim somente um deles terá seu nome na frente – e, quando citado, o artigo ficará inevitavelmente conhecido como “Fulano1 et al.”, e não “Fulanos1e2 et al.”. É bom chegar a algum acordo antes de começar o trabalho ou encontrar algum critério ou consenso, para evitar ressentimentos.

Em trabalhos com vários colaboradores, sobretudo pessoas que apenas forneceram materiais, animais ou reagentes, pode ser sábio combinar de antemão se aquela contribuição configurará uma coautoria. Se isso não foi feito anteriormente, uma opção diplomática a esta altura dos acontecimentos pode ser incluir todos esses colaboradores no seu artigo, e contar com o bom senso e autocrítica deles para que alguns peçam, cavalheiramente, para ter seu nome retirado da lista (mas prepare-se para a possibilidade de ficar com aquela longa lista de autores...). Você pode optar, ao contrário, por bancar seu julgamento sobre quem deve ou não ser autor no trabalho. Em caso de dúvida, consulte seus coautores mais sêniores, e mesmo não-coautores experientes com quem você tenha intimidade suficiente para expor suas dúvidas sem se queimar.

Uma nova medida das revistas que ajuda bastante nessa hora de determinar coautorias é que a **contribuição de cada coautor seja explicitada na folha de rosto**. Algumas revistas oferecem um guia de múltipla escolha, para que as várias formas de contribuição sejam marcadas para cada coautor:

- planejou os experimentos;
- realizou os experimentos;
- analisou os dados;
- escreveu o artigo;
- revisou e comentou o artigo;
- forneceu materiais necessários para o artigo.

Se a revista pede esse tipo de declaração, você vai precisar decidir se escreve a distribuição de funções você mesmo e então envia a lista para seus coautores aprovarem (ou corrigirem, o que pode ser problemático) ou se pede a cada um que diga espontaneamente o que fez para o artigo (o que pode dar margem a seus coautores acharem que fizeram muito mais do que fizeram de fato, mas ao menos lhe abre a possibilidade de colaboradores não-coautores de fato se sentirem não-coautores).

3. Seu nome, caso este seja seu primeiro artigo. A autoria de um artigo não é uma reserva de passagem aérea, portanto você não é obrigada a usar seu último sobrenome. Autores são listados por sobrenome, e esta será a palavra mais provavelmente usada por quem desejar encontrar seus artigos no PubMed ou mesmo no Google. Sobrenomes incomuns fazem de você um autor inconfundível: há alguns Herculano no PubMed, e até dois ou três Houzel, mas Herculano-Houzel sou apenas eu (dei sorte!). Se como tantos brasileiros você tiver vários sobrenomes, não hesite em escolher o menos comum deles, não importa em que posição ele aparecer dentre seus sobrenomes.

Faça uma pesquisa no PubMed por cada um dos seus sobrenomes, incluindo combinações diferentes de iniciais, antes de escolher qual nome usar para identificar sua autoria.

Se todos seus sobrenomes forem bastante comuns, o jeito de ser identificado entre todos os Silva do PubMed é usando uma combinação de iniciais. Faça uma pesquisa no PubMed por seu sobrenome e iniciais para avaliar a situação, e lembre que se uma inicial somente não o diferenciara dos outros, três iniciais provavelmente o farão.

Um outro recurso a ter em mente é o hífen, hoje simples de usar, pois agora todos os serviços de indexação o respeitam (por algum tempo no passado você correria o risco de ter seu nome ora listado de um jeito, ora de outro, só gerando mais confusão). Como o hífen oficialmente não existe mesmo em nossa legislação, não faça cerimônia. Até nossa burocracia está a seu favor: o Lattes, banco de currículos do CNPq, prevê a possibilidade de você assinar seus artigos com um nome diferente do que seria o padrão. Importante mesmo nesta hora é escolher com carinho em como seu nome aparecerá na bibliografia da sua área, e daqui para a frente **usar somente este nome**.

RESUMO

O resumo é a parte mais importante do artigo: lamento dizer que ele é tudo o que boa parte das pessoas lerá do seu trabalho. Ele deve, portanto, transmitir a essência do seu trabalho de uma maneira simples porém completa (está vendo como foi útil fazer o exercício de resumir sua mensagem em uma só frase?). Depois do título, é pelo resumo que o leitor decide se vale a pena investir mais tempo no resto do seu artigo ou não, e é ele a única parte do seu artigo que cientistas que não têm acesso à revista conseguirão ler no PubMed, por exemplo. Portanto, ele deve ser ao mesmo tempo o mais **chamativo** e **informativo** possível.

Comece seu artigo pelo resumo – ou então termine-o por ele.

Quando escrever o resumo? Minha sugestão é que você decida entre duas alternativas radicais: ou **começar logo de cara pelo resumo**, se você tiver sua mensagem realmente clara em sua mente; ou então **deixá-lo para o final do final do artigo**, quando todo o resto estiver pronto e finalizado.

Siga à risca o tamanho permitido no resumo; hoje em dia, a submissão é feita em formulários eletrônicos que cortarão sumariamente qualquer letra excedente de seu resumo.

Por definição, o resumo é uma versão concisa do trabalho inteiro; por isso, alguns consideram que ele somente deve ser escrito **depois** de concluída a redação do manuscrito inteiro. Por outro lado, se você já definiu a sua mensagem **antes** de começar a escrever o manuscrito, você tem perfeitas condições de **começar seu artigo pelo resumo**. Isso o ajudará como um fio condutor para seu artigo, e evitará que você sucumba à tentação de fazer recorte-e-colagem do texto para montar o resumo, o que nunca funciona muito bem, porque, por mais tentador que seja, **o resumo NÃO deve repetir frases da introdução ou da discussão do seu artigo**. Não subestime a capacidade do seu leitor de detectar a sua preguiça literária. Repita informações importantes do seu texto, mas **reescreva-as em outras palavras em seu resumo**.

INTRODUÇÃO

Além de ser a primeira parte do seu artigo que o leitor examinará se for convencido pelo resumo, a introdução é a seção que define o **contexto em que o seu trabalho se encaixa**. Hoje em dia, por exemplo, um trabalho sobre a doença de Alzheimer pode tratar tanto dos sintomas, das modificações teciduais ou celulares, das alterações sinápticas ou bioquímicas, do prognóstico, de tratamentos, ou dos fatores de risco. A não ser que o seu artigo seja uma revisão para um público amplo que inclua não-especialistas, começar a sua introdução com algo do tipo "*O mal de Alzheimer é uma doença neurodegenerativa que afeta tantos por cento da população mundial acima de 60 anos*" provavelmente é afirmar o óbvio para o seu leitor e perder a oportunidade de abrir o seu texto com uma frase realmente relevante. Por exemplo, "*Placas senis são uma característica marcante do cérebro afetado pelo mal de Alzheimer, mas ainda é discutível se elas contribuem para a morte neuronal ou se, ao contrário, elas são resquício da degeneração ou ainda a expressão de um mecanismo de proteção do cérebro*" seria uma maneira mais informativa de iniciar um artigo sobre evidências de eventos bioquímicos que levam à morte de neurônios nessa doença.

A Introdução deve **definir o tema do seu trabalho**, a **questão específica** que você aborda, a **espécie** examinada, e uma contextualização que explicita, ou ao menos permita ao leitor deduzir, a **relevância** do seu estudo. A contextualização geralmente é uma avaliação do estado atual da questão: o que se sabe hoje, e em que o seu estudo avança o conhecimento do tema? Além disso, deve ficar igualmente claro na Introdução por que a sua questão faz sentido: é a *rationale* do estudo, o seu embasamento teórico. Por exemplo: faz sentido procurar partículas virais nas vias respiratórias de animais sofrendo de doenças transmissíveis pelo ar, mas por que faz sentido procurar o vírus da Aids, transmitido por contato sexual, no sangue? Nesse caso, é a afirmação de que são comuns pequenas lacerações nos genitais durante o contato sexual, criando a oportunidade de contágio por vírus presentes no sangue, que dá sentido a esse estudo. Esse tipo de embasamento teórico tem lugar na Introdução.

Não confunda Introdução com Discussão. A primeira não deve ser uma revisão extensa da literatura, e sim apenas o suficiente para contextualizar sua questão e resultados.

Alguns autores terminam a Introdução de seus artigos já com uma descrição em uma frase do achado principal do artigo. Se por um lado essa pode ser uma estratégia para prender o interesse do leitor, isso corre o risco de tornar o texto repetitivo. Afinal, o achado principal já foi descrito na mesma página, e com mais destaque, no Resumo. A Introdução deve, após apresentar a questão, estipular os resultados esperados, ou seja, a sua hipótese de trabalho e, em linhas gerais, como você decidiu abordar a questão (ou seja, sua abordagem experimental). Aí, sim, a Introdução cumpre o seu papel de introduzir os Métodos e os Resultados do seu trabalho.

A Introdução deve conter:

- 1- o tema do trabalho
- 2- a questão abordada
- 3- a contextualização da questão e por que ela é importante
- 4- a abordagem experimental.

MATERIAIS E MÉTODOS

Se você não terminou sua Introdução apresentando a Abordagem Experimental de seu trabalho, o primeiro parágrafo do Materiais e Métodos é o lugar perfeito para ela. A Abordagem Experimental descreve exatamente o que o nome diz: a maneira como você escolheu abordar o assunto, por exemplo com um estudo farmacológico, celular, eletrofisiológico, genético; com voluntários, com animais, em cultura, em tubo de ensaio; com testes comportamentais, EEG, MEG, fMRI... Talvez você tenha notado que vários artigos pulam essa parte e vão direto para os detalhes dos métodos e materiais usados. Dedicar um parágrafo à sua abordagem experimental, contudo, ajuda muito seu leitor a se situar em seu trabalho – e até lhe dá a oportunidade para pular os detalhes metodológicos, já tendo entendido em linhas gerais o que você fez.

Uma vez esclarecida a abordagem experimental, então, passe aos Materiais e Métodos propriamente ditos. Sua descrição nesta seção deve ser clara e completa o suficiente para que outro pesquisador replique os seus experimentos apenas com a informação fornecida por você. Se o método que você usa já é padrão na literatura, no entanto, você pode citar outro artigo que o descreva em detalhes, e mencionar somente as minúcias relevantes aos seus experimentos em particular.

Separe esta seção com subtítulos de acordo com experimentos ou procedimentos diferentes. O que for comum a todos deve ser descrito primeiro, como os voluntários (homens, mulheres, destros, saudáveis, acometidos de doenças, com deficiências visuais corrigidas?), animais (espécie, quantidade, idade, procedência), ou células (tipo, linhagem) que você usou. Em cada uma das seções experimentais, liste o material específico usado: reagentes (tipo, concentração, fabricante – mas só dos componentes-chave, como anticorpos: não há por que descrever o fabricante do NaCl ou paraformaldeído, a não ser que isso se torne crucial para o experimento), equipamentos (fabricante, modelo), softwares de análise (versão, fabricante), etc.

RESULTADOS

Aqui é onde você diz o que encontrou. Cuidado, contudo, para não confundir os Resultados com a Interpretação dos resultados, que pertence ao início da Discussão. **Os resultados devem apresentar os achados experimentais, e não o que você acredita que eles significam.** Apenas em caso de experimentos encadeados deve haver um mínimo de interpretação, já que a escolha do experimento seguinte depende do resultado do primeiro.

Em várias revistas, os Métodos aparecem somente ao final do artigo, de modo que os Resultados seguem diretamente a Introdução. Nesses casos, é fundamental terminar a Introdução com uma descrição da sua abordagem experimental, para que os Resultados façam sentido para o leitor.

Lembre que a razão de ser dos Resultados é transmitir a Mensagem do seu artigo. Não se atenha necessariamente à ordem cronológica em que você fez seus experimentos; talvez ela não seja a ordem mais lógica para você apresentar seus achados. Um dos desafios da redação de uma comunicação científica é construir uma argumentação lógica a partir de experimentos que não aconteceram necessariamente naquela seqüência.

Uma boa maneira prática de redigir seus Resultados é **começar pela elaboração das figuras**, colocando-as na ordem mais lógica. A partir daí, os Resultados poderão ser escritos ao redor das imagens, gráficos e tabelas que melhor ilustram seus achados.

DISCUSSÃO

A discussão de um artigo científico deve conter:

1. antes de mais nada, a sua **interpretação dos resultados** que você acaba de relatar. O que significa cada um de seus experimentos? Escolha suas palavras com cuidado. Em ordem de certeza crescente, seus dados levantam uma possibilidade, sugerem, indicam, demonstram ou comprovam uma hipótese?

Sua interpretação dos resultados pode e deve abrir de fato a Discussão, por exemplo na forma de um resumo dos seus achados, agora descritos em suas palavras: “Neste estudo nós mostramos que...”. Esta é a principal diferença entre seus resultados (os números em si) e sua interpretação dos resultados (o que os números significam).

2. uma discussão de **onde seus resultados se inserem na literatura**, bem como uma comparação dos seus resultados com outros pertinentes já descritos anteriormente por você ou por outros. O que é novo, o que não é? Não repita simplesmente o que já foi dito na Introdução. Lá você deve dizer apenas o suficiente para colocar seu trabalho em contexto; aqui, sim, é o lugar de comparar seu trabalho com o que já foi feito antes – e deixar claro no que seu trabalho é inovador. Da mesma forma, **não repita resultados na discussão**, exceto para fazer comparações pontuais com a literatura.

3. uma apreciação **crítica** de quaisquer limitações do seu estudo (antes você apontar seus próprios defeitos do que os outros fazê-lo, não é?). Reconhecer os pontos fracos do seu estudo faz com que os pontos fortes fiquem ainda mais sólidos. Em outros casos, contudo, há pontos que são aparentemente fracos (aquelas críticas óbvias), mas que você pode abordar e mostrar que são na verdade inferências razoáveis. Além de reforçar sua interpretação dos seus achados, levantar críticas você mesmo, e salientar como afinal elas não são tão graves, é uma excelente maneira de antecipar comentários negativos dos revisores (veja a próxima Seção).

4. as **implicações** dos seus achados. Essas são suas **conclusões**: o que a interpretação dos seus resultados permite inferir, deduzir, concluir. Por exemplo, seus dados apontam para uma modificação de um conceito corrente? Desfazem algum paradoxo na literatura? Oferecem uma nova hipótese de trabalho? Abrem caminho para uma nova alternativa de tratamento?

5. os **próximos passos** possíveis, planejados, ou em andamento. Essa parte não é necessariamente a última da discussão; ao contrário, ela é facilmente realocada para outros lugares mais apropriados. Mencionar o que seria interessante fazer a seguir – ou o que você já está fazendo em continuidade a este trabalho – também é uma ótima maneira de concluir seu artigo.

Sua Discussão deve conter:

- 1- sua interpretação dos resultados;
- 2- uma discussão crítica dos seus resultados à luz da literatura existente na área;
- 3- uma apreciação das limitações e vantagens do seu trabalho;
- 4- suas conclusões, com as implicações do seu trabalho, e as novas questões que ele suscita.

AGRADECIMENTOS

Quem contribuiu para o seu trabalho mas não entrou como autor provavelmente merece ser mencionado nos Agradecimentos: em geral, são os técnicos, bioteristas, bibliotecários, colegas do laboratório e pessoas que contribuíram com materiais variados. Faça um esforço para lembrar de todas as pessoas que o ajudaram e que você imagina que ficariam chateadas de não encontrar seu nome nos Agradecimentos do seu artigo. Ser mencionado não acrescenta ao currículo de ninguém, mas o seu gesto público de reconhecimento da contribuição alheia é, no mínimo, uma garantia de que você continuará recebendo a boa vontade dos seus contribuidores.

Seu técnico deveria ser co-autor? Pergunte-se se houve alguma contribuição intelectual, ou responsabilidade direta por experimentos, além da fundamental ajuda em manter o laboratório de pé. É bem possível que seu técnico tenha contribuído mais para este artigo especificamente do que alguns de seus coautores...

Ao mesmo tempo, lembrar daqueles que o ajudaram não é sinônimo de agradecer a todos os membros do laboratório vizinho, nem de explicar o que cada um fez. Algumas revistas limitam a extensão dos Agradecimentos, e às vezes até os termos são restringidos, proibindo agradecimentos efusivos e rasgação de seda. **Seja breve.**

Suas **fontes de suporte financeiro** também devem ser incluídas aqui. Na verdade, em geral as agências de fomento *exigem* que você reconheça publicamente o seu suporte, sob pena de não lhe conceder novas verbas. Se autores diferentes são financiados por auxílios diferentes, identifique-os um por um, usando as iniciais de cada autor entre parênteses após o nome da agência de fomento. Verifique as normas da revista, e das suas fontes de suporte; talvez elas exijam ainda que o número dos auxílios seja informado.

REFERÊNCIAS CITADAS

Como diz o nome, não se trata de bibliografia onde caibam obras que influenciaram o seu trabalho mas não foram mencionadas explicitamente no texto. Portanto, aqui a regra é simples: **Todo trabalho citado em seu artigo deve estar relacionado nesta seção; e todo trabalho relacionado nesta seção deve estar citado em seu artigo.**

Cada revista especifica o formato em que as referências devem ser citadas. Todos os formatos são variações em torno do básico, que é

Sobrenome Iniciais, Sobrenome 2 Iniciais 2, Sobrenome 3 Iniciais 3 (ano) Título. Revista volume: página inicial-página final.

Algumas revistas pedem que as referências sejam citadas no texto como (Sobrenome et al., ano); outras preferem que elas sejam enumeradas na ordem em que aparecem no artigo, citadas apenas pelo número respectivo e listadas ao final do texto nessa ordem. Antes de começar a escrever a lista de referências, **verifique nas Instruções aos Autores da revista qual é o formato solicitado.**

Uma dica: ou comece com as citações e referências completas no texto e numere-as somente quando chegar à versão final do seu artigo; ou insira as referências como notas de fim de texto, numeradas, e depois coloque-as em ordem alfabética se mudar de formato.

A lista de referências citadas é limitada a artigos e livros publicados. Uma exceção natural são trabalhos já aceitos para publicação mas ainda sem os dados catalográficos (volume, páginas, ano). No caso de você já ter em mãos a carta de aceite do editor, *e somente neste caso*, liste seu artigo com a expressão “*no prelo*” (ou *in press*) no lugar do volume e páginas. Trabalhos submetidos *não* podem aparecer na lista de referências; se for essencial fazer referência a eles, coloque-a no texto principal como “(Sobrenome Iniciais, comunicação pessoal)”. Ainda assim, várias revistas não permitem sequer esse tipo de comentário.

Da mesma maneira, todas as outras fontes de informação, como observações não publicadas, trabalho de tese ainda não defendido, comunicações pessoais, resumos em congresso e manuscritos em revisão costumam ser citados no texto do artigo junto com o nome do autor ou suas iniciais, no caso de a fonte ser um dos autores do artigo em questão. Há exceções, no entanto; algumas revistas, por exemplo, permitem que resumos em congresso sejam listados nas Referências. Consulte as Instruções aos Autores, e se o seu caso particular não estiver contemplado, use o bom senso.

Quando a listagem das referências é alfabética, a ordem dos sobrenomes dos vários autores de cada artigo deve ser respeitada, e não o ano de publicação. Por exemplo, John, P. (1998) e todas as publicações de John P sozinho vêm antes de John, P. e Smith, S. (1980), que por sua vez deve ser listado antes de John, P., Young, J. e Smith, S. (1960). Sendo os autores exatamente os mesmos, no entanto, a cronologia de publicação (ascendente) deve ser respeitada.

Abreviações em latim são muito comuns em textos científicos, portanto é útil saber o que elas significam para usá-las melhor. **Et al.** é a abreviação da expressão em latim *et alii*, que significa “e outros”. Como toda abreviação, *et al.* requer *sempre* um ponto. **Ibid.** é uma abreviação do adjetivo *ibidem*, que significa *no mesmo lugar*. **Op. cit.** abrevia *opere citato*, ou seja, *no trabalho citado*. **Loc. cit.** é ainda mais específico: *loco citato*, ou seja, *no local citado*, refere-se ao mesmo trecho já citado.

Aproveitando a deixa: duas abreviações comuns em artigos científicos algumas vezes são trocadas uma pela outra. É bom ter certeza de que você sabe qual é qual. A maneira de escrever “por exemplo” em poucas letras é com **e.g.**, que abrevia *exempli gratia* (*por exemplo*, literalmente), e a maneira de reduzir a expressão “isto é” é com **i.e.**, do latim *id est*. Por último, **Cf.**, do latim *confer*, NÃO significa “vide”, e sim “compare com”; seu uso correto, portanto, deve remeter a um contraste, discordância, ou no máximo a uma semelhança inesperada. Se o que você quer dizer é apenas *vide*, escreva “vide”.

MATERIAL SUPLEMENTAR

Com a internet e as publicações online, o que antigamente eram os apêndices, com aquelas fórmulas, explicações, detalhes e tabelas adicionais que não cabiam dentro do texto principal, mas que acrescentam dados importantes, se transformaram em Informação Suplementar. Se você usá-la, faça sempre menção a ela no local apropriado (vide Informação Suplementar 1). O mesmo vale para figuras suplementares, que têm numeração própria (Figura Suplementar 1 etc).

FIGURAS

Como cada revista tem suas particularidades, a primeira coisa a fazer antes de preparar suas ilustrações é conferir as instruções para os autores. Lá você descobrirá o tamanho para sua figura caber em uma ou duas colunas; se o formato preferido é eps, tiff ou jpg; qual a resolução necessária para cada tipo de figura (fotografia, gráfico, imagem mista); se cores são permitidas, e a que preço; e qual o formato exigido para imagens em cores (CMYK ou RGB).

Use um programa gráfico para fazer suas figuras: Photoshop, Illustrator, Canvas, Corel. Não prepare figuras em PowerPoint!

Prepare figuras com simplicidade, economia e bom senso. Antes de sair fazendo figuras para ilustrar cada um de seus resultados, pergunte-se se você realmente precisa de cada uma delas – mesmo porque algumas revistas limitam o número de figuras em um artigo.

Muito pode ser dito sem cores, apenas com tons de cinza e símbolos diferentes. Experimente com combinações diferentes de símbolos para encontrar aquela que é mais legível. Em gráficos de barras, a terceira dimensão somente deve ser usada quando ela acrescentar algum significado: gráficos de barras “sólidas”, ao invés de simples retângulos no papel, só poluem a imagem e acabam dificultando a compreensão. Em linhas gerais, **cada traço em uma figura deve ter seu significado**. Se um traço só serve para “enfeitar”, é mais provável que a figura fique melhor sem ele.

Além disso, **cada figura em um artigo deve ilustrar um resultado diferente**. Prepare uma figura (ou item de uma figura composta) para ilustrar um achado de seu artigo, e elimine figuras que duplicam um mesmo achado. Resista à tentação de criar figuras compostas enormes, cheias de pedacinhos; eles são mesmo todos necessários? Sobretudo, todos os elementos de uma figura composta devem pertencer a uma mesma parte dos Resultados – embora nada o impeça de fazer menção a uma parte de uma figura apenas mais tarde nos Resultados, se o lugar natural de mostrá-la é no conjunto.

Cuidado para **não duplicar dados em figuras em tabelas**. Números descritivos rendem mais em tabelas; figuras ilustram melhor correlações, diferenças entre grupos, magnitude de efeitos.

A diagramação de revistas científicas é muito mais fácil hoje com os computadores, mas mesmo assim é útil indicar ao diagramador em que ponto do seu texto você gostaria que cada figura fosse colocada. Para isso, basta inserir um novo parágrafo centralizado e separado dos outros, com os dizeres

Por favor inserir a Figura 3 aqui

ou algo parecido. Note que cada revista tem sua preferência por como se referir às ilustrações: fig. 1,

Fig. 1, Figura 1, figura 1. Mais uma vez, **cheque as Instruções aos Autores**, e se este caso não estiver previsto, veja como os artigos publicados na revista trataram a questão.

Ao final do artigo, ou às vezes em um documento à parte, você deverá apresentar as **legendas das figuras**. Cada legenda deve começar com um título: uma frase (sentença gramatical ou não) que identifique, de maneira simples e resumida, o que a figura mostra. Cada revista tem um formato preciso para as legendas das figuras; leia as Instruções para os Autores antes de começar.

CHECAGEM FINAL

Você talvez pense que o formato preciso das referências e legendas das figuras é frescura e um copidesqui da revista deveria saber acrescentar ou tirar vírgulas de sobrenomes e iniciais nas Referências, trocar letras maiúsculas por minúsculas, tamanho das letras etc nas Legendas, e corrigir os errinhos eventuais de digitação. Na prática, contudo, isso tomaria tanto tempo da produção que é mais simples devolver o artigo aos autores para que eles façam o que deveriam ter feito para começo de conversa. Não deixe seu trabalho transmitir uma imagem de preguiça ou desleixo: revise, revise, revise – e só então submeta seu artigo.

QUESTÕES DE ESTILO

ANTES DE MAIS NADA...

Escrever não é difícil, mas escrever bem é uma arte que, como todas as outras, requer sensibilidade e prática. A boa notícia é que mesmo que você ache que seus dotes literários não são lá grandes coisas, a prática pode melhorar quase tudo. Algumas dicas:

1. Crie o hábito de ler criticamente o trabalho alheio. Além de cultivar sua sensibilidade para a boa linguagem científica, os resultados serão rapidamente animadores porque, como você verá, é muito mais fácil criticar o trabalho alheio do que encontrar falhas no que você mesmo escreveu.

2. Abra um “banco de pérolas” da literatura científica. Pode ser um caderninho, um arquivo, ou uma folha afixada ao mural, mas no seu “banco” ficarão depositadas expressões e erros que você encontrar pelo caminho e quiser ter certeza de NUNCA repetir em seus próprios artigos. Vide exemplos a seguir.

3. A melhor solução geralmente é a mais simples. Parcimônia também se aplica à linguagem científica. Nada de frases rebuscadas, linguagem hermética, ou palavras complicadas se houver um sinônimo mais comum. E lembre que linguagem simples não é sinônimo de linguagem pobre.

PASSADO OU PRESENTE?

Em seu artigo, você “faz”, “fez” ou “vai fazer” um experimento? Cita referências que mostraram que algo “acontecia” ou “acontece” de uma certa maneira? Escolher (e acertar!) o tempo verbal de um artigo científico pode ser um problema, principalmente para marinheiros de primeira viagem.

Algumas regrinhas ajudam. Referências devem ser citadas no passado: Smith (1960) *mostrou* alguma coisa. Mas como se referir a essa alguma coisa? Se ela é algo genérico e que sempre se aplica, então descreva-a no presente:

Watson e Crick (1953) *demonstraram* [no passado] que o DNA *tem* [no presente] estrutura de hélice dupla [e continua tendo até hoje, a menos que se prove o contrário].

Se a informação citada é específica a uma condição, o passado se torna uma alternativa (embora, dependendo de quão específico é o achado, o tempo presente continue sendo válido):

Fulano (1953) *demonstrou* que não *havia* diferença nos resultados de experimentos feitos com a solução A ou a solução B.

Beltrano (1953) *mostrou* que não *havia* diferença em habilidade entre as populações testadas.

Sicrano (1953) *mostrou* que a adição de sal à água destilada *afeta* a temperatura de ebulição.

Para referências mais recentes, no entanto, geralmente fica a critério do autor qual tempo verbal usar, passado ou presente. Em linhas gerais, é uma boa idéia referir-se ao seu trabalho atual (o manuscrito em questão) sempre no presente (“Neste trabalho nós *examinamos*... Aqui nós *descrevemos*...”), e tratar todos os relatos anteriores no passado (“Fulano *mostrou* que algo acontece assim”).

PROBLEMAS COMUNS

O verbo da investigação. “*Para demonstrar que este é o caso, nós fizemos o seguinte experimento...*” Você já sabia o resultado antes de fazer o experimento? A não ser que você esteja falando de uma demonstração em uma aula prática, você fez o experimento para **investigar**, **averiguar**, **examinar**, ou no máximo **determinar se** tal era o caso.

Sugerir x indicar x demonstrar. Você terminou o experimento. O que você pode concluir? Na ordem do mais fraco para o mais forte, os seus dados podem:

- **levantar a possibilidade de** A ser resultado de B (*raise the possibility that...*), quando esta é uma possibilidade nova, mas em princípio tão boa quanto qualquer outra;
- **sugerir** que A é consequência de B (*suggest that*), quando isso é um pouco mais provável que outras explicações;
- **indicar** que A resulta de B (*indicate that*), quando há pouca chance de outra explicação alternativa;
- **mostrar** que A resulta de B (*show that*), quando se trata essencialmente de um fato novo;
- **provar** que A é resultado de B (*prove that*), quando todas as alternativas foram sistematicamente descartadas.

O que o seus dados certamente não fazem é “*sugerir que talvez seja possível uma relação entre A e B*”. Acrescentar atenuadores (talvez, possível) NÃO torna a sua frase menos assertiva, mas apenas redundante e complicada de ler. O verbo “sugerir” sozinho já indica que não há certeza; atenuadores adicionais apenas deixam transparecer falta de segurança com a língua.

Frases complicadas ou rebuscadas. Pense sempre se não há uma maneira mais simples de formular o que você acabou de escrever. Note que às vezes a forma mais simples é mais longa, sobretudo em inglês:

We devised a new short chain fluorocarbon aerosol can valve (We devised a new valve for cans containing aerosols of short chain fluorocarbons).

A reprodução é uma função através da qual se dá a perpetuação dos seres vivos (A reprodução perpetua os seres vivos).

Os resultados deverão permitir validar... (Os resultados validam..)

Ambiguidades e contra-sensos. Você sabe o que você queria dizer – mas a sua frase de fato transmite sua mensagem de maneira inequívoca?

Palavras vazias. “Vale ressaltar que a água ferve a 100°C”, “É importante lembrar que a água ferve a 100°C”, “É desnecessário dizer que a água ferve a 100°C”... Precisa mesmo enrolar tanto para dizer “a

“água ferve a 100°C”?

Palavras redundantes. Eis outras armadilhas comuns:

- Após verificar que o recipiente estava completamente cheio...
- Este foi o mínimo absolutamente exigido...
- Dado o achado significativo de que...
- Em todos os cinco tipos diferentes de...
- Há aproximadamente 1.000 anos atrás...

Voz passiva desnecessária. Há autores que acham feio dizer diretamente que “Fulano mostrou” ou “Nós encontramos”. Na maioria das vezes, contudo, é muito mais simples dizer quem é ou fez o quê, sem recorrer à voz passiva:

- Oxigênio é necessário para combustão (a combustão requer oxigênio)
- Foi relatado por Oliveira et al... (Oliveira et al. relataram...)
- O paciente foi sujeitado a um exame (o paciente foi examinado)

Pontuação errada. Você sabe usar vírgula, ponto e vírgula, e dois pontos? Seguem algumas regrinhas simples:

- **Dois pontos** indicam que a seguir vem uma lista de informações, uma explicação, complementação, conclusão, ou um exemplo.

- **Ponto e vírgula** marcam uma pausa na frase para que uma informação adicional, pertinente demais para aparecer em outra frase à parte, seja apresentada em seguida.

- **Vírgulas** separam informações diferentes, delimitam apostos, e oferecem ao leitor momentos para respirar. **JAMAIS** devem separar sujeito e predicado, ou verbo e complemento. Certas frases podem ter seu significado totalmente alterado pelo uso de vírgulas, como estes exemplos:

- “O resultado não foi branco, como esperado” [o esperado não era branco, e o resultado não foi branco]
- X “O resultado não foi branco como esperado” [o resultado era branco, mas não foi isso o encontrado];
- “Cientistas, honestos, relatam o que observam” [cientistas são honestos e relatam o que observam] X
- “Cientistas honestos relatam o que observam” [somente aqueles cientistas que são honestos relatam o que observam].

Números no início da frase. Inverta a frase, acrescente palavras, escreva por extenso, faça o que quiser – mas não comece frases com numerais. Não escreva “57 voluntários foram recrutados”, e sim “Cinquenta e sete voluntários foram recrutados”, ou “Recrutamos 57 voluntários”.

Listas inválidas. Se você está enumerando substantivos, enumere substantivos; se enumera verbos, enumere apenas verbos. Não misture categorias semânticas em uma mesma lista. Tente reescrever as frases seguintes:

- A análise será feita com base em fotografias, e digitalização usando o sistema Neurolucida.

- Desta maneira, nós conseguiremos um ótimo nível de cooperação e gerar dados importantes para o projeto.

SUBMISSÃO

ANTES DE MAIS NADA...

Ótimo, seu manuscrito está pronto. Antes de pensar em escrever a carta ao editor convencendo-o de quão importante e inovador é o seu trabalho, é recomendável tomar algumas providências.

1. **Você revisou o texto?** Tem certeza que todas as referências citadas estão listadas? Colocou números nas páginas? As tabelas estão completas? **Verificou a ortografia** de TODO o artigo no procesador de texto? Então é chegada a hora de **esquecer o manuscrito na gaveta** por uma semana mais ou menos (ou dá-lo a seus colaboradores uma última vez), o que será o tempo necessário para que seu cérebro pare de completar automaticamente as frases com o que você acha que escreveu, e seja capaz de ler criticamente o que de fato está escrito.

2. Feita a releitura, **peça a um colega para ler e criticar seu artigo impiedosamente**. A melhor pessoa para ler seu artigo será alguém cujo **perfil** é semelhante ao dos leitores da revista que você escolheu; que tenha um ótimo **domínio da língua** do seu artigo (principalmente se você não tem; antecipe a recomendação óbvia dos revisores de corrigir o inglês antes de resubmeter); que você **admire e respeite profissionalmente**; e, mais importante de tudo, que tenha intimidade suficiente com você para lhe fazer críticas abertamente e até mesmo lhe dizer que o seu trabalho está uma porcaria, se for o caso. Antes ter seu trabalho demolido por seu colega do que pelos revisores, não é mesmo?

3. **Confirme que todos os autores do artigo leram a versão final** que será submetida. Você precisará incluir na carta ao editor uma frase com esse efeito, e mais tarde, se tudo der certo, deverá assinar um formulário responsabilizando-se por autores que por razões práticas não puderem atestar de próprio punho seu conhecimento e aprovação do conteúdo do artigo.

UM CHECKLIST FINAL

Seu artigo está pronto? Ótimo. Está quase na hora de submetê-lo eletronicamente à revista que você escolheu (findos são os tempos de submeter um artigo em várias cópias pelo correio – ainda bem!). O processo é bastante simples, mas antes de começá-lo, é preciso verificar se você está apto a cumprir a lista de exigências da revista. Cada uma tem suas idiossincrasias, mas aqui está uma lista básica do que você pode esperar.

Fazer essa chacagem final é bem mais fácil se, ao ler as Instruções aos Autores, você criar sua própria lista de itens a conferir: formato das figuras, tamanho do resumo e do manuscrito, formato das referências...

1. Seu manuscrito deve ter uma **folha de rosto** seguindo as normas da revista, e listando as afiliações de cada coautor; **conteúdo** dividido conforme as indicações, com as seções corretas na ordem correta, com ou sem subtítulos; deve ter todas as **páginas numeradas** e o **espaçamento e tamanho da fonte** exigido pela revista; e deve estar no **formato** de arquivo apropriado. Algumas revistas permitem docx ou latex; na dúvida, envie seu arquivo no formato doc antigo. Preste atenção para **remover as marcas de revisão**, ou aprová-las todas, juntamente com os comentários, antes de salvar o arquivo para submissão, pois de outra forma elas estarão visíveis para os editores.

2. Algumas revistas exigem todos os **contatos dos seus coautores**: endereço de e-mail, endereço físico, telefone e fax. Para evitar empacar nesta fase justamente quando você estiver toda animada achando que vai finalmente conseguir submeter o artigo, prepare esta lista com antecedência.

3. Falando em coautores: você tem a **aprovação por escrito** de cada um, e sua autorização para submeter o manuscrito? E-mails bastam, mas antes de submeter seu artigo, certifique-se de que você enviou um e-mail circular a todos seu coautores pedindo sua confirmação de que estão de acordo com a versão final do artigo. Você provavelmente não precisará apresentar estes e-mails a ninguém, mas é fundamental que os tenha consigo.

4. Suas **tabelas** estão formatadas corretamente? Algumas revistas pedem que as tabelas sejam inseridas no arquivo principal com o manuscrito; outras, que as tabelas sejam submetidas separadamente. Em todo caso, tabelas normalmente são apresentadas em formato Word, com título acima delas e uma pequena legenda abaixo de cada uma, na mesma página.

5. Suas **figuras** estão no formato e resolução exigido? Prepare-as em um programa gráfico; salve o arquivo original no formato nativo do programa para você, para que você possa modificá-las quando quiser; coloque uma identificação da figura logo abaixo da imagem. Somente quando estiver certa do formato final, salve uma cópia da figura no formato e resolução exigido pela revista. Atenção para selecionar o formato de cor adequado (CMYK ou RGB) e para salvar **somente a imagem** (e não o documento todo) em eps, tiff ou jpg. Isto é especialmente importante no caso de revistas, como a *PNAS*, que usam o tamanho físico das imagens para estimar se elas caberão no número de páginas máximo alocado aos artigos.

6. Confira se as **legendas das figuras e tabelas** estão nos lugares certos. Às vezes, esse lugar é no próprio manuscrito, ao final; outras, é em um arquivo separado, ou no próprio arquivo com a figura ou

tabela.

7. Se você tem **material suplementar**, confira se você está de posse de todos os arquivos, e se eles estão formatados e nomeados corretamente.

Se tudo está certo, você pode passar ao oitavo e último item da lista: a carta ao editor.

A CARTA AO EDITOR

Pois é, não basta anexar seu artigo ao formulário *online* de submissão: todas as revistas exigem também uma carta ao editor. Esta é uma mensagem escrita diretamente ao editor onde, além de cumprir algumas formalidades (como declarar o número de palavras, figuras e tabelas do artigo, e dizer que ele não está sendo avaliado por nenhuma outra revista simultaneamente), você deve **lhe explicar por que acredita que seu artigo é adequado para aquela revista.**

Peça à sua orientadora ou a um colega com mais experiência que **lhe mostre exemplos de cartas aos editores – de preferência, bem sucedidas, quando o artigo respectivo foi aceito...**

Você apreciará melhor a importância de uma boa carta ao editor quando descobrir que, **além do resumo do seu artigo, é essencialmente esta carta que determina se seu manuscrito prosseguirá** ou não à fase de revisão por pares, sobretudo nas revistas que recebem grandes números de submissões. Para escrever uma carta eficaz ao editor, eis algumas observações importantes:

1. Comece pelo óbvio: declare, logo na primeira frase, **o título do artigo** e para qual **seção da revista** você gostaria de submetê-lo. Seja breve: “Prezado editor, queira encontrar em anexo o manuscrito intitulado xxx que gostaríamos de submeter à seção *Perspectivas* da revista *Nature Genetics*”.

2. **Resuma, em poucas frases curtas, a mensagem de seu artigo.** É muito importante não repetir seu resumo aqui: seu editor lerá seu resumo logo em seguida (ou terá acabado de lê-lo), e saberá se você tiver sido preguiçosa a ponto de copiar e colar frases do seu resumo. Emende estas frases logo depois da frase de abertura: “Neste manuscrito, nós demonstramos que...”.

3. Logo após resumir a mensagem do artigo, explique ao editor **por que essa mensagem é importante.** Você resolve uma questão antiga na literatura? Descubra um mecanismo inédito? Confirma, ou, ao contrário, rejeita uma hipótese? Coloque esta parte em um novo parágrafo, e então acrescente o que couber sobre o impacto que seu artigo pode ter em seu campo específico. Lembre que uma das funções dos editores é zelar pelo fator de impacto de suas revistas: se você puder argumentar que seu artigo deve se tornar uma nova referência na área, ou que gerará debates interessantes, ótimo.

4. Se você antecipar alguma controvérsia a respeito de seu manuscrito, **avise ao editor.** Isso lhe dará uma vantagem quando os pareceres dos revisores chegarem, e poderá ajudá-lo a evitar revisores indesejados – competidores e aquelas pessoas que você sabe que são, por uma questão de princípio, contrárias ao que você faz. Algumas revistas pedem que você liste sugestões de revisores e revisores a evitar na carta; outras lhe darão essa oportunidade em um formulário à parte. Você sempre poderá pedir que um colega seja descartado como revisor, mas precisará explicar a razão da sua solicitação.

5. **Cumpra as exigências à risca.** Se é preciso listar o número de caracteres no resumo, incluindo espaços, faça-o cuidadosamente para não haver discrepância com seu arquivo final. O mesmo vale para o número de páginas, de figuras, de tabelas; a declaração sobre não-submissão simultânea a outras revistas;

e a declaração sobre a originalidade dos dados e figuras. Estas informações, puramente burocráticas, costumam ser as últimas na carta ao editor, mas não são menos importantes: não force seu editor a sair procurando pelo seu artigo quantas figuras ou páginas ele tem, se as instruções pedem que você forneça essas informações você mesmo.

APÓS A CARTA...

Agora só lhe resta esperar. Assim que você terminar a submissão, contudo, fique de olho no primeiro e-mail que acusará simplesmente o bom recebimento da sua submissão – ou, possivelmente, qualquer coisa que tenha faltado. Hoje em dia, este primeiro e-mail, que também fornece o número de processamento do manuscrito, mas sem qualquer outro tipo de informação adicional, chega quase imediatamente, anunciando que outros e-mails se seguirão. Se você não receber qualquer tipo de notificação em até dois dias, entre em contato com o escritório da revista. Talvez tenha faltado algo tolo, como apertar algum botão uma última vez.

Várias revistas a esta altura anunciarão em um e-mail seguinte o prazo médio para lhe dar uma resposta sobre sua submissão. Este é o prazo que prevê a elaboração de pareceres por seus pares, e normalmente já inclui algum pequeno atraso possível. Seja educada e não entre em contato com a editoria antes desse prazo para perguntar se eles já têm uma posição. Se o prazo se esgotar e você ainda não tiver resposta, aguarde alguns dias para que eles entrem em contato com você. Se ainda assim nenhuma resposta chegar, aí sim a editoria terá a obrigação de atendê-la muito bem quando você agora escrever um e-mail indagando gentilmente sobre a demora em receber um parecer. Ao escrever esses e-mails, lembre-se sempre que há uma pessoa do outro lado cujo trabalho é, sim, ajudar você – mas que cumprirá sua obrigação com muito mais gosto e disposição quanto mais você se mostrar educada, gentil e compreensiva.

Talvez você receba em poucos dias, contudo, um e-mail anunciando o pior: seu artigo não foi considerado nem mesmo digno de ser revisado. Este cenário se chama **rejeição sem revisão**. Nesse caso, respire fundo e preste atenção na justificativa do editor, para que sua próxima submissão tenha melhores chances de sucesso.

Há várias razões para recusar um artigo sem revisão que não significam que seu trabalho é de baixa qualidade:

- há um número enorme de trabalhos excelentes e com mais chances de serem mais citados do que o seu sendo submetidos à mesma revista (este costuma ser o caso na *Science* e nas revistas do grupo *Nature*);
- o **formato** do seu artigo não é adequado à revista. Por exemplo, várias revistas não aceitam artigos de revisão, nem artigos originais se estes forem baseados em dados já publicados;
- seu artigo é excelente e bem escrito, mas não é adequado ao público da revista;
- seu artigo é excelente, o editor é que não entendeu nada. Esta sempre é uma possibilidade; contudo, antes de xingar o editor de ignorante, pergunte-se se você de fato fez o melhor que podia para vender sua mensagem. Você sempre pode escrever de volta ao editor para fazer um apelo (veja a seção a seguir), mas é prudente reservar sua “quota” de apelos àqueles casos em que você realmente tem alguma chance – e esses são em questionamento aos pareceres, e não quando sequer um parecer você recebeu.

Há ainda, é claro, outras razões para recusar um artigo sem revisão:

- seu artigo é excelente, mas está mal escrito e não soube expressar sua mensagem à altura;
- seu artigo estava mal preparado, com figuras de baixa qualidade, inglês pobre ou cheio de erros e/ou faltando informações que foram exigidas nas Instruções para os Autores;
- seu artigo não aborda uma questão de maneira completa o suficiente para ser considerado digno de

publicação ainda.

Qualquer que seja o caso, resista à tentação de enviar o artigo exatamente como está para outra revista (de qualquer forma, você precisará no mínimo modificar o formato do artigo e a carta ao editor). Aproveite a oportunidade de **aprender com a carta do editor** e pense em como melhorar seu artigo para a próxima submissão.

REVISÃO & RESSUBMISSÃO

ANTES DE MAIS NADA...

Se seu artigo passou pelo primeiro crivo editorial e seguiu à revisão por pares, existe até uma possibilidade de que a primeira resposta do editor à submissão do seu artigo será esfuziante, aceitando seu manuscrito para publicação exatamente como está. Contudo, a probabilidade disso acontecer, embora não nula, é mínima. Em todos os outros casos, você precisará fazer reformular e resubmeter seu artigo.

1. Tem certeza de que você **entendeu a decisão do editor**? Como você verá a seguir, mesmo cartas de rejeição que parecem terríveis são na verdade convites à ressubmissão.

2. **Leia os pareceres dos revisores com calma, e várias vezes.** À primeira passagem de olhos, críticas podem parecer muito mais ferinas do que de fato são.

3. Imprima os pareceres, marque as críticas, pedidos e sugestões dos revisores, e **anote em poucas palavras, ao lado delas, como você pensa responder a cada uma.** Este é o primeiro passo para revisar seu artigo de maneira eficiente.

A RESPOSTA DO EDITOR

Antes mesmo do parecer sobre seu manuscrito chegar, **peça a seu orientador ou a um colega que lhe mostre exemplos** de sua correspondência com editores de revista. Embora à primeira vista possa parecer invasão de privacidade, a maioria dos cientistas costuma mostrar essas cartas aos colegas assim que elas chegam, às vezes em choque, outras em grata surpresa, e dificilmente considerará o seu pedido abusivo. Muito pelo contrário: seu pedido é uma demonstração do seu empenho. É lendo essas correspondências que você terá uma ideia da gama de possibilidades, e saberá interpretar melhor a carta que você eventualmente receber.

E então, a carta chega – e sua primeira interpretação provavelmente será a pior possível, provocando dor digna de uma rejeição pessoal. Se lidar com uma carta do editor for uma experiência nova para você, peça ao seu orientador ou a um colega mais experiente que leia a carta para você (na verdade, esta é uma boa ideia em qualquer caso: peça a um colega para ler sua carta com você). Mas lembre-se de uma coisa: mesmo quando seu artigo é ótimo, a resposta padrão dificilmente será “aceitamos seu artigo sob condição de que você o modifique”. É quase certo que, ao invés disso, a carta diga algo como “lamentamos não poder aceitar seu artigo na sua versão atual, mas se você se dispuser a modificá-lo de acordo com os comentários dos revisores, teremos prazer em reconsiderá-lo...”.

É útil conhecer as combinações de possibilidades que o editor tem a seu dispor:

1. Rejeição sem possibilidade de resubmissão. Esta carta encerra a carreira do seu manuscrito naquela revista. É a decisão que o editor toma seguindo conselhos dos pareceristas de que o artigo tem falhas tão graves que é irrecuperável – ou seja, quando na opinião deles não há possibilidade de conserto, clarificação ou complementação com novos experimentos ou controles. A única possibilidade de resgatar seu manuscrito a esta altura é algum erro grosseiro de um dos pareceristas, seja por confusão, desconhecimento, interpretação errada ou preconceito (o que também acontece). Em qualquer desses casos, você pode e deve fazer um apelo ao editor (veja a seção seguinte a esse respeito). Em qualquer outro caso, a alternativa é tentar aprender alguma coisa com os comentários dos revisores, melhorar o manuscrito, reformatá-lo – e submetê-lo a outra revista.

“Desejamos-lhe mais sorte ao submeter seu artigo a outra revista” é uma maneira clara de um editor lhe dizer que definitivamente não está interessado em seu manuscrito – e que você *não* deve resubmetê-lo.

2. Rejeição com resubmissão. Curiosamente, se o editor estiver interessado em seu manuscrito, a decisão que você mais provavelmente receberá como resposta aparentará dizer o contrário: “lamentamos não poder aceitar seu manuscrito agora”. Neste caso, contudo, a frase negativa virá acompanhada de algum contemporizador: “Mas, se você estiver disposta a reformulá-lo...”.

Qualquer brecha que o editor deixar em sua carta de rejeição – “se...”, ou “contudo,...” – deve ser entendida como um convite à resubmissão.

A lógica da resposta aparentemente negativa para na verdade convidar o autor a resubmeter seu artigo é bastante simples: **não fazer qualquer tipo de promessa ao autor** enquanto ele não apresentar um

manuscrito completamente satisfatório. Daí a forma da resposta não ser “aceitamos seu manuscrito desde que você o modifique a contento”, pois isso abriria margem para toda uma discussão sobre o que é “a contento”. Enquanto a posição do editor for “manuscrito recusado”, cabe somente a ele (ou ela) modificar a decisão para “manuscrito aceito” – e a você, cabe fazer o melhor possível para convencer o editor a mudar de opinião.

Se sua carta se encaixar neste cenário, parabéns – e mãos à obra: agora é preciso atender às exigências, críticas e comentários dos pareceristas. **Preste atenção ao prazo oferecido pelo editor** para a ressubmissão, que costuma ser em torno de 2 a 4 meses. Se você precisar de mais tempo, entre em contato diretamente com o editor e negocie uma extensão. Isso não é fora do comum; tudo o que o editor precisa de você é uma previsão, para poder ajustar os cronogramas da revista.

3. Aceito. Você dificilmente receberá esta decisão de primeira; em mais de 20 anos de carreira, acompanhando pesquisadores em quatro países, somente vi isto acontecer uma única vez. Mas após modificações e ressubmissões, em algum momento esta carta chegará, anunciando que seu artigo foi aceito para publicação. É uma carta inconfundível: sempre começa com um “Prezado autor, tenho o prazer de lhe informar que...”. A partir daqui, tudo o que você precisará fazer será corrigir um ou outro detalhe; talvez fornecer imagens em alta resolução para a publicação; e esperar receber as provas em PDF para corrigi-las.

É somente de posse da carta formal de aceitação do editor que você pode colocar em seu currículo que o artigo está *in press*, ou seja, no prelo.

RESPOSTA AOS REVISORES

Curiosamente, a parte mais importante da ressubmissão de um artigo à revista que o rejeitou (mas convidou você a ressubmeter o manuscrito) não é o manuscrito modificado em si, e sim **a carta que o acompanhará**. Esta é a “resposta aos pareceristas” (*reply to reviewers*), onde você deve (1) responder às críticas dos revisores, (2) explicar como a nova versão do manuscrito incorporou seus comentários, sugestões ou exigências, e (3) indicar qualquer outra modificação que você tiver feito no manuscrito. No formulário para a ressubmissão do artigo haverá um campo destinado ao *upload* deste documento, ou para colar o texto com sua resposta.

O formulário de ressubmissão sempre terá um espaço para sua carta de resposta aos revisores. Mas fique atento: algumas revistas chamam isso apenas de “carta ao editor” novamente – mas saiba que ainda assim, sua “carta ao editor” precisa incluir a descrição detalhada da sua resposta aos revisores.

A princípio, fica a critério do editor tomar uma decisão a partir da sua resposta aos pareceristas. Vai depender da gravidade das críticas levantadas, claro – mas também de quão clara sua resposta ficar. Quanto melhores e mais organizadas suas respostas, maior sua chance de o editor tomar uma decisão (favorável) sem precisar consultar os revisores novamente. Sempre existe, contudo, a possibilidade de sua **resposta aos pareceristas ser enviada de fato aos pareceristas**. Escreva-a, portanto, contando com esta possibilidade: redija um documento que faça sentido tanto para o editor quanto para os pareceristas. Esse é o tipo de tarefa que se torna muito mais fácil no dia em que você assumir pela primeira vez o papel de parecerista ou editor, quando você finalmente entenderá o que se passa do outro lado. Até lá, **esforce-se para se colocar no lugar do editor e de seus pareceristas**, para quem você está escrevendo sua Resposta. Tente antecipar, portanto, o que eles estão procurando em sua Resposta. O mais importante, como sempre, é **deixar evidente que você se esforçou o máximo possível** para atender a todas as exigências e comentários dos revisores.

Sim, a correção do manuscrito é importante, claro. Mas **não comece por esta parte**. Para preparar sua ressubmissão de maneira eficiente, eficaz e sem se perder, há alguns passos a seguir.

1. Faça uma lista das modificações solicitadas pelos revisores e de quaisquer outros comentários que precisem de resposta. Crie um documento novo do Word chamado Resposta aos Revisores (ou algo assim) onde você preparará sua resposta. Você pode começar do zero, transcrevendo para este documento apenas os trechos mais importantes dos comentários dos revisores, ou copiar e colar os trechos relevantes do e-mail com os pareceres. A princípio, coloque aqui apenas os pontos principais dos revisores. **O objetivo dessa lista é permitir ao editor acompanhar suas respostas a cada uma das críticas dos revisores, e encontrar no texto do manuscrito o que foi modificado.**

2. Feita a lista dos comentários dos revisores, acrescente agora a sua resposta, item por item. Note que nem todas as críticas dos revisores exigirão uma modificação correspondente no manuscrito; para várias delas, bastará você explicar por exemplo por que aquela crítica não procede, por que uma preocupação levantada pelo revisor pode ser afastada, ou mencionar argumentos adicionais que reforçam o ponto original. **Seja educado, cortês, e sobretudo humilde.** Lembre que seus revisores aceitaram interromper o que estavam fazendo no laboratório apenas para ler seu artigo, e se dispuseram a usar seu tempo e conhecimentos para procurar falhas em sua lógica que talvez tenham escapado a você, e ajudá-lo

a contar uma história ainda mais convincente. **Demonstre sua gratidão pelo esforço dos revisores.** Ao começar uma resposta a um novo comentário especialmente perspicaz de um parecerista, antes de mais nada agradeça a ele/ela pela perspicácia.

Demonstre sua gratidão ao revisor sem exageros: começar *toda* resposta com um “Obrigada a(o) revisor(a) pelo comentário” rapidamente deixa de ser cortês, pois o agradecimento perde o valor, e se torna irritante – ou, pior, zombeteiro.

Da mesma forma, discorde polidamente do revisor quando for o caso. Há maneiras de fazer isso: “Deve ter escapado à atenção do(a) revisor(a) que...”. Parta do princípio de que o revisor é um colega bem-intencionado, certamente muito capaz em vários assuntos, mas talvez menos em outros, e portanto também capaz de se enganar. Não há problema algum em escrever “Agradecemos a crítica, mas acreditamos que o revisor está enganado: o artigo mencionado, de Fulano (1953), de fato aborda o assunto em questão, mas chega a uma decisão contrária à mencionada pelo revisor” – e continuar tratando de algum outro ponto parecido relacionado à crítica do revisor, por exemplo.

Alguns revisores são grossos, é verdade. Mesmo que esse seja o caso, não passe recibo respondendo no mesmo tom; dê exemplo e responda com a elegância com que o revisor deveria ter sabido tratar você. Seu editor saberá reconhecer suas boas maneiras, e você ganha muitos pontos com isso. No entanto, em casos extremos de grosseria (e é impressionante como alguns cientistas se permitem esses arroubos, achando-se protegidos pelo semi-anonimato), é perfeitamente possível e até apropriado começar sua resposta ao item em questão chamando à atenção do editor que “O revisor foi desnecessariamente rude/agressivo/grosseiro/preconceituoso em seu comentário”. Ainda assim, **não seja grosseiro de volta.**

3. Marque todas as modificações que você fizer no manuscrito em resposta aos revisores, por exemplo com o marcador amarelo do Word, ou como Marcas de Revisão no Word (algumas revistas agora pedem que a revisão seja feita assim), e então copie os trechos modificados e cole-os em sua carta, no item apropriado. Indique o que você fez, por exemplo assim:

“Agradecemos ao(a) revisor(a) pela perspicácia. De fato, essa possibilidade nos havia escapado. Para contemplá-la, modificamos este parágrafo na Discussão da seguinte forma: ‘*dfjkj sdl sflii sdiuidiu* [cole aqui o novo trecho modificado]’”.

Para você não se perder, sugiro que vá fazendo modificações no manuscrito somente lado a lado com a Resposta aos Revisores. Assim você se certifica de que **nenhum comentário ficará sem resposta, mas também nenhuma modificação deixará de ser comentada.** Fazer isso facilita enormemente o trabalho dos pareceristas de reanalisar seu manuscrito mais tarde – e, portanto, aumenta suas chances de ter seu manuscrito aceito.

Se houver outras pequenas modificações que não foram solicitadas pelos pareceristas, ou várias pequenas correções solicitadas aqui e ali, você não precisa listá-las uma a uma; use o bom senso e acrescente uma só nota ao final da Resposta aos Revisores observando que “várias outras pequenas correções feitas no manuscrito estão marcadas em amarelo, para facilitar sua localização”.

CARTA DE RESSUBMISSÃO

Terminou a Resposta aos Revisores? Então é hora de organizar mais uma vez todos os arquivos que você vai precisar transferir para o site, e preparar a nova Carta ao Editor. Nesta carta, o padrão é começar agradecendo ao editor pela oportunidade de modificar e resubmeter seu manuscrito, que você tem certeza que melhorou substancialmente graças aos comentários tão úteis dos revisores. Faça uma menção genérica às modificações feitas (por exemplo, você atendeu a todas as críticas, ou alguma ficou de fora, e neste caso por quê?), indique que as respostas detalhadas aos comentários dos revisores estão na Resposta aos Revisores em anexo, e termine dizendo que você espera que o Editor julgue que o artigo agora atende aos altos padrões de qualidade da sua Revista, e que você aguarda ansiosamente sua resposta.

Mesmo que você conheça pessoalmente o editor, deixe comentários pessoais para um outro e-mail; na Carta ao Editor, dirija-se ao Editor – embora você possa pular formalidades artificiais, claro. Lembre-se que sua carta vai para um arquivo onde ficará à disposição de todos os Assistentes Editoriais.

Pronto: seu artigo está resubmetido. Agora é esperar pela próxima resposta do editor. O suplício não se estenderá para sempre: várias revistas limitam sua duração a no máximo duas rodadas de revisão e resubmissão. Se sua terceira submissão não for bem-sucedida em convencer editor e revisores, ela provavelmente será o fim da linha naquela revista. Mas, se você tiver um bom artigo em mãos e fizer sua parte com cuidado e afinco, tem boas chances de conseguir que seu manuscrito seja aprovado para publicação já na primeira resubmissão. Parabéns!

AS PROVAS

“Prova” de um artigo é como prova de roupa – ah, certo, você também não lembra o que é isso. No caso do seu artigo, trata-se de seu artigo já diagramado, ou seja, encaixado no layout da revista e no limite de páginas (quando há um), com as figuras prontas. Ou seja: é uma amostra da aparência que seu artigo terá quando publicado, impresso ou não (já que mesmo as revistas exclusivamente *online* continuam respeitando o tamanho da folha de papel como padrão, dado nosso hábito de imprimir artigos para ler).

Conferir a prova de seu artigo é hoje em dia muito mais fácil: você o recebe em formato PDF, e pode fazer suas correções diretamente no arquivo graças a modernidades como o Acrobat Reader e outros aplicativos de anotação de PDFs. Para você apreciar a facilidade, antigamente era preciso imprimir a prova do artigo e usar um esquema elaborado de códigos de revisão, com simbolinhos diferentes para tirar uma letra, acrescentar outra e por aí vai – e depois ainda era necessário enviar tudo por fax, e torcer para os simbolinhos não serem distorcidos ou engolidos pela máquina no processo.

Junto com a prova de seu artigo (que você provavelmente terá que baixar de um site seguindo as instruções fornecidas por um assistente editorial) virá junto uma lista de instruções e dúvidas (*author queries*) que você deve esclarecer. Isto é o que o pessoal da produção não conseguiu resolver sozinho: letras gregas para você conferir, pequenas correções que eles fizeram e precisam ser aprovadas. Além disso, o processo de ajustar o texto à página sempre pode gerar alguns errinhos, e ninguém melhor que o autor para encontrá-los. Confira então com cuidado especial, além do texto principal:

- O título e a lista de autores e suas afiliações;
- As figuras, seus eixos e quaisquer inscrições internas, seus números e legendas;
- O conteúdo das tabelas (não é raro ficarem linhas ou números duplicados);
- Os agradecimentos, onde devem constar todos os financiamentos pertinentes.

Não deixe de responder a nenhuma das perguntas da equipe da produção, e responda cada uma individualmente, mesmo que com um simples ok. Assim eles têm certeza de que você não deixou nada passar, encerram logo a produção– e seu artigo é publicado mais rápido!

COPYRIGHT

Junto com as provas do artigo você, como autor correspondente, receberá o formulário de transferência de *copyright*. Ao assinar este formulário em nome de todos os autores, você cede todos seus direitos autorais para a revista que publicará seu artigo, dando-lhes plenos poderes para fazer o que bem quiserem com seu texto – inclusive cobrar acesso de outros leitores, negar a você sua reprodução ou o uso de suas próprias figuras.

Aqui no *copyright* está outra vantagem das revistas open access, que fazem você pagar mais caro para dar acesso liberado aos usuários: várias delas (mas não todas!) permitem, em troca, que você guarde para si os direitos sobre a publicação e suas figuras. Isto quer dizer que, no futuro, você poderá usar suas próprias ilustrações sem precisar pedir autorização à revista – o que é bem útil.

A ETIQUETA DAS PROVAS

Tecnicamente, você não deve comentar seus resultados em público enquanto seu artigo não for publicado. Isto inclui entrevistas a jornalistas e anúncios em seu blog pessoal. Jornalistas sabem disso, então deve bastar dizer-lhes que o embargo do seu artigo cai em determinado dia: assim eles têm tempo para preparar a matéria com antecedência, mas apenas publicá-la no dia apropriado.

Na prática, seus pares já saberão dos seus resultados, porque você provavelmente já os terá apresentados em congressos e palestras. Ainda assim, evite falar em público sobre eles até a data oficial da publicação. Sobretudo, lembre que na área médica (clínica) algumas revistas sequer consideram para publicação artigos cujos resultados já foram divulgados em congressos. Por isso é bom procurar, com bastante antecedência, as normas de publicação das suas revistas-alvo.

NOTE ADDED IN PROOF

Essa chamada, às vezes presente ao final dos artigos, antes ou depois da lista de referências, refere-se a informações essenciais adicionadas como um apêndice depois que a prova final de impressão do artigo já estava pronta. Devido à demora entre o aceite e a publicação de um manuscrito, pode ser necessário por exemplo mencionar um artigo recém-publicado que corrobore ou, ao contrário, contradiga os seus achados. Se você gostaria de acrescentar um último parágrafo ao seu artigo (e não mais do que isso), consulte o seu editor a respeito. Mudanças ao corpo do artigo em geral não são aceitas após a elaboração das provas, e mudanças significativas às provas custam caro. Por isso o *Note Added in Proof*: sua função é permitir o acréscimo de comentários sem perturbar o conteúdo aprovado pelos revisores.

APELO AO EDITOR

Então chegou aquele e-mail final do editor, mas não com as palavras que você esperava, após ter atendido tão bem às exigências e sugestões dos revisores: lamentamos, mas seu artigo foi recusado. Se você tem convicção de que houve um erro, má-fé ou má-vontade dos revisores, você pode e deve fazer um apelo ao editor para que este reconsidere sua decisão.

Um apelo deve ser breve, educado, e direto, dando a razão específica da sua decepção com a decisão do editor, dado que você atendeu completamente às exigências feitas, ou que a crítica crucial do revisor não procede. Explique gentilmente a razão da sua discordância, se possível sem xingar o revisor de cabeça-de-banana: 9 entre 10 vezes, o editor apresentará seu apelo ao revisor em questão para que ele/ela tenha a oportunidade de rever sua própria posição antes que o editor se posicione.

Sobretudo, saiba que no mínimo 90% das vezes, editores mantêm sua decisão de rejeitar um artigo. O apelo ao editor deve, portanto, ser considerado um recurso especial em casos onde realmente houve erro de avaliação, e não a norma.

CONSULTORIA & ENTREVISTAS

ANTES DE MAIS NADA...

Quando você se torna um especialista na sua área, há boas chances de os jornalistas descobrirem que você é uma fonte valiosa de informações, opiniões e comentários.

1. Você estará prestando um grande serviço à sociedade ao ajudar jornalistas a transmitir informações corretamente, mas com isso estará se expondo a críticas e certamente dedicando às suas transações com a imprensa mais tempo do que você imaginava. **Você tem certeza de que quer falar com a imprensa?**

2. **Saiba com quem, para quem e sobre o que você está falando.** O pedido é para uma consulta anônima, uma opinião identificada, ou uma entrevista? Qual é o jornal, revista, rádio ou canal de televisão? Quem é o público? Quanto tempo ou espaço será destinado à matéria? Quando sai a matéria?

3. Parta do princípio que **jornalistas são seus amigos**, e lembre que toda conversa com eles é um investimento em matérias de boa qualidade sobre ciência. Da mesma maneira que você quer fazer seu trabalho bem feito, considere que o jornalista, do outro lado, tem a mesma intenção, e **tente descobrir como ajudá-lo.**

O PRIMEIRO CONTATO

Um bom jornalista lhe dirá logo de cara para onde está preparando a matéria com a qual gostaria de ter sua ajuda; qual é o tema; e quando a matéria deve sair (geralmente, “amanhã”, ou algum outro prazo ridiculamente curto).

Dá vontade de dizer para eles se programarem melhor, eu sei. Mas há que se lembrar que, em jornais, a matéria de amanhã é o que aconteceu hoje, e se não sair amanhã provavelmente não sairá mais, então os prazos serão sempre exíguos. Se você não puder atendê-lo, responda imediatamente ao e-mail dizendo, polidamente, que não será possível, pois seu tempo naquele dia não permite e/ou aquela não é a sua especialidade. Se possível, ajude sugerindo um colega, ou oferecendo uma alternativa de tempo (“se a matéria puder esperar até amanhã...”). Sua resposta imediata será altamente apreciada, pois dará tempo ao jornalista de se articular de outra maneira.

Jornalistas de revistas, por outro lado, têm prazos mais flexíveis, sobretudo se a revista é mensal. Se você topou ajudar, não se acanhe de dizer “hoje não posso; mas podemos conversar amanhã, ou depois de amanhã”. Se o assunto lhe interessar, você pode perfeitamente dizer qual é o dia e horário que mais lhe convêm, e cabe ao jornalista se ajustar ao seu horário. Lembre que a fonte é *você*; quem está prestando um favor é *você*, ainda que no final a matéria seja de seu interesse também.

Hoje em dia, jornalistas fazem o primeiro contato essencialmente por e-mail. Não só porque endereços de e-mail são fáceis de achar até na internet: um primeiro contato por e-mail é conveniente para eles e para você, pois e-mails não dão “ocupado” nem o importunam no meio de uma reunião ou experimento. Se você tiver disponibilidade, nos próximos e-mails vocês certamente marcarão um horário para conversarem. **Jornalistas costumam ser extremamente pontuais**; se você marcar um horário, programe-se para estar disponível de fato.

Pense no relacionamento com o jornalista como um investimento. Bons jornalistas são contatos valiosos, e você verá que, com o tempo, suas interações com eles serão cada vez mais produtivas, rápidas, e bem-sucedidas.

No caso de um contato por telefone, seja ele o contato inicial ou já para uma consulta ou entrevista, lembre que você sempre pode e deve deixar claro de quanto tempo dispõe. **Combine logo no início da conversa quanto tempo ela pode durar.** Isso é importante porque nem todos os jornalistas fazem seu dever de casa antes de ligar para seus contatos. Conversas por telefone podem ser muito rápidas, diretas e eficientes quando o jornalista já se informou sobre o assunto e tem perguntas objetivas já formuladas. Pode acontecer, contudo, de um jornalista despreparado querer que seu contato lhe dê uma aula básica por telefone, começando a conversa com perguntas completamente desmotivantes como “Professora, como o cérebro funciona?”. Não se sinta obrigado a educar um mau jornalista; por outro lado, recompensar o trabalho bem-feito de um jornalista com cortesia, atenção e todas as informações que você puder oferecer será uma grande ação sua em prol da ciência – e um excelente passo em direção a um bom e longo relacionamento com ele ou ela.

Aumente as chances de sua conversa com o jornalista ser realmente produtiva dando-lhe material para leitura prévia.

Quando o tempo permite, uma boa estratégia para evitar perguntas tolas de jornalistas despreparados é oferecer gentilmente material para leitura prévia: “Claro, vamos conversar amanhã sobre nosso novo trabalho a ser publicado na *Nature* – enquanto isso, você gostaria de ir lendo o artigo e este outro material [de preferência um *press release*] que eu tenho a respeito? Seguem em anexo para você”.

DANDO CONSULTORIA

Alguns jornalistas preferem fazer entrevistas ou pedir opiniões por e-mail, o que tem suas vantagens e desvantagens. Por e-mail, suas respostas, escritas, deixam menos margem para dúvida, e diminuem as chances de você ser citado incorretamente – mas, por outro lado, impedem que o jornalista tire alguma dúvida ou faça aquela pergunta complementar importante na hora. Por e-mail, você também tem a oportunidade de conduzir perguntas para o viés mais adequado ao que você pode responder, e há quem prefira entrevistas por e-mail por eliminarem a pressão do tempo – você responde quando puder, no ritmo que puder (claro, desde que ainda atenda às necessidades do jornalista). Por outro lado, o e-mail abre a possibilidade de receber perguntas quilométricas, daquelas que abrem caminho para verdadeiras dissertações – e deixa ainda a possibilidade de sentir que você, pesquisador, está fazendo o trabalho alheio, que é organizar uma matéria a partir dos seus comentários. Eu, particularmente, prefiro dar entrevistas por telefone. Parece-me justo: eu faço meu trabalho, o jornalista faz o seu, e quando alguma pergunta é descabida ou extensa demais, é possível conversar e chegar a um consenso sobre qual seria a pergunta objetiva realmente interessante.

Lembre que a primeira razão de conversar com um jornalista várias vezes é tirar suas dúvidas sobre a matéria, ou ajudá-lo a compreender sua relevância. Ajudar um jornalista ao telefone não é garantia de que seu nome será citado na matéria. Antes de mais nada, pense em sua conversa com o jornalista como um serviço de utilidade pública que você estará prestando à comunidade leiga.

Sobretudo, ao conversar com um jornalista é preciso ter ciência de que passar uma hora ao telefone não é garantia alguma de que a matéria sairá correta, nem de que você será mencionado na matéria. Saiba que isso faz parte do jogo: jornalistas têm espaço limitado, e nem sempre seu nome e credencial serão informações mais importantes do que a notícia a ser dada. Há uma chance não nula de o jornalista assimilar na matéria as informações e explicações que você forneceu, mas sem dar “aspas” suas, o que seria a deixa para citá-lo nominalmente. Em geral, contudo, jornalistas sabem que é importante tratar bem suas fontes, e farão o possível para lhe dar os créditos devidos sempre que possível.

Respeitar o trabalho do outro é fundamental. **Jamais espere que um jornalista submeta sua matéria a você** para que você aprove suas aspas ou corrija seu conteúdo antes da publicação. Assim como você acharia descabido um jornalista corrigir seu texto científico, sua oferta de “ajuda” é na verdade uma intrusão sobre a competência do jornalista. Respeite o trabalho dele como você espera que ele respeite o seu. Sim, a chance de ser citado incorretamente existe – mas, se você tiver feito seu trabalho corretamente ao telefone, ela será bem pequena.

Para o jornalista, você é uma fonte importante, a quem ele gostará de poder retornar no futuro em busca de ajuda com novas matérias. Ter um bom relacionamento com jornalistas é, contudo, também interessante para você. Uma queixa comum de cientistas é que jornalistas justamente “não sabem escrever sobre ciência e distorcem tudo” – portanto, conversar diretamente com jornalistas é uma oportunidade ímpar de você contribuir para que a informação saia de fato direito no jornal (jornalistas são inteligentes: quanto melhor você fizer seu trabalho de explicar a ciência, melhor eles farão o deles, de escrever sobre ela para o grande público). Além disso, toda interação com jornalistas é uma oportunidade de cultivar bons relacionamentos com eles. Alguns são profissionais extraordinários e muito competentes, com quem você adorará continuar interagindo ao longo dos anos – e com quem você poderá contar quando a notícia

for você mesmo e seu laboratório.

PROCURANDO A IMPRENSA

Então você fez uma descoberta extraordinária, digna de matéria na imprensa, e gostaria que os jornalistas descobrissem o seu feito. Exceto se sua universidade tiver uma excelente assessoria de imprensa, o que ainda está longe de ser a norma em nosso país, os jornalistas somente saberão sobre sua descoberta se... você avisá-los.

É nestas horas que recompensa enormemente ter cultivado boas relações com os jornalistas que procuraram por você em busca de ajuda: quando chegar a sua vez de procurá-los em busca de visibilidade para sua matéria, eles terão prazer em ouvir sua notícia e divulgá-la em seu jornal ou revista.

Sim, você pode – e deve – procurar pela imprensa quando seu trabalho é potencialmente notícia. Guarde um arquivo dos contatos dos jornalistas com quem você colabora, e não se acanhe em contactá-los quando você tiver uma notícia. Mas faça isso quando você já estiver preparado para contar a sua história. Por exemplo, já o primeiro e-mail de contato deve conter um parágrafo (pequeno, por favor!) explicando sucintamente, em linguagem de gente (ou seja, sem jargões),

- o que você descobriu;
- por que isso é importante;
- por que isso é interessante para o público do jornal ou revista.

O ENTREVISTADO É VOCÊ

Uma coisa é comentar o trabalho alheio ou explicar a um jornalista por que um achado de outro laboratório é realmente inovador, ou apenas mais do mesmo. Outra, bem diferente, é apresentar o seu próprio trabalho e, como dizem nos jornais, **tornar interessante aquilo que para você é importante.**

Se você não tem experiência falando com a imprensa ou com o público, prepare-se com antecedência. **Você sabe resumir em uma frase** o que seu trabalho mais recente mostrou? Esta frase é fundamental, pois sendo a primeira coisa que o jornalista vai ler ou ouvir, será a base para ele decidir se seu assunto rende ou não uma matéria. **Por que sua descoberta é importante?** Lembre que descobertas têm importâncias diferentes para seus pares, especialistas como você, e para o público – e o público que importa ao jornalista é o público do jornal ou televisão. Você sabe explicar por que seu trabalho merece uma nota na imprensa, ou uma matéria inteira no jornal ou televisão? Está é uma excelente oportunidade para você se informar mais sobre o seu campo: pense nas curiosidades que podem ajudar a aproximar sua área de pesquisa dos interesses da população em geral. E não, **seu trabalho não precisa curar ou tratar alguma doença para ser interessante:** este é um preconceito antigo e comum de cientistas e jornalistas, mas que felizmente não reflete a avidez do público por conhecimentos de maneira geral.

Uma ótima preparação para falar com jornalistas sobre seu trabalho é conversar a respeito com os não-especialistas mais receptivos e interessados em você: **sua família e amigos próximos.** Preste atenção em suas dúvidas, observe o que eles entendem ou não entendem em suas explicações, o que eles acham particularmente interessante. Suas dúvidas e curiosidades serão provavelmente as mesmas dos jornalistas com quem você conversar mais tarde. Você verá como a prática o deixará mais fluente e confiante.

NA TELEVISÃO

O prazer de ver uma matéria impressa no jornal sobre seu trabalho é enorme, mas ainda mais divertido – e eficaz, em termos de divulgação da informação – é poder comentar seu trabalho na televisão. É surpreendente o alcance que mesmo pequenos programas de entrevistas atingem entre o grande público. Claro, nada o obriga a participar do programa daquele apresentador que você detesta, nem você deve se sentir obrigado a aceitar o convite de uma emissora obscura de uma cidade pequena que gostaria que você arcasse com suas próprias despesas para participar da entrevista. Mas quando os interesses dos dois lados estiverem bem alinhados, comentar seu trabalho em programas de televisão será uma experiência e tanto para você – e um excelente serviço que você estará prestando ao público e aos seus colegas, que verão sua especialidade difundida junto ao público.

Se uma equipe de televisão vem ao seu laboratório, lembre-se de informar ao produtor a quem pedir as devidas autorizações de filmagem.

Lembre-se também que você pode e deve dizer aos câmeras o que não gostaria que fosse filmado em seu laboratório, como animais, mesas de cirurgia e qualquer outra coisa que você não queira que apareça em cadeia nacional.

A primeira coisa a fazer ao receber (ou organizar) um convite para um programa de televisão é conhecer o programa. Um produtor entrará em contato com você previamente para uma pré-entrevista. Este é um procedimento padrão que tanto serve como pesquisa para eles prepararem a entrevista, quanto como checagem para eles se assegurarem de que você (1) sabe falar e (2) tem coisas de fato interessantes a dizer. Portanto, lembre-se de fazer seu dever de casa primeiro: **você sabe explicar em uma frase o que você descobriu e por que isso é importante *e* interessante?**

A seguir, informe-se sobre quanto tempo o programa dura, e, desse tempo, quanto deverá ser com você: é uma matéria de 1 minuto? Uma “cabeça” só (nome para quando sua imagem aparece falando para o jornalista), ou várias pontuando uma matéria maior de, digamos, uns 2-3 minutos (o que é enorme na televisão)? Ou o programa inteiro será com você? Essa informação é fundamental para que você saiba o quanto falar – e não fique decepcionado depois ao descobrir que sua imagem sequer foi usada no programa. Portanto, **programe-se mentalmente para falar o mínimo possível**, sobretudo quando o tempo é curto. Assim você reduz as chances de suas falas serem tão editadas a ponto de se tornarem irreconhecíveis ou distorcidas.

Peça para saber previamente quais são as perguntas que lhe serão feitas. Não espere antecedência de dias, nem de horas; uma rápida olhada no papel na mão da jornalista minutos antes da matéria ser gravada, enquanto o resto da equipe monta o equipamento de áudio e vídeo, é o mais provável que aconteça. Sinta-se à vontade para sugerir mudanças nas perguntas, ou dizer que você pode responder essas duas questões como uma só, ou sugerir outra pergunta que não esteja no roteiro. Enquanto você for breve e útil, suas sugestões serão muito bem-vindas.

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: ARTIGOS E PALESTRAS

ANTES DE MAIS NADA...

Então você teve o prazer de descobrir que o seu tema de pesquisa é mais interessante para leigos do que você imaginava, e recebeu um convite para dar uma palestra pública, ou escrever sobre seu trabalho para uma revista de divulgação. Neste caso...

1- **Você sabe quem é o seu público?** Faz toda a diferença se você vai falar, ou escrever, para um público de professores, alunos, universitários, idosos, economistas, publicitários, médicos... cada um tem seu próprio nível de conhecimento prévio e interesses particulares.

2- **Você sabe qual é a sua mensagem?** Se você chegou até aqui, provavelmente já tem trabalhos publicados sobre seu tema de pesquisa, então já precisou pensar antes qual era a sua mensagem. Uma palestra pública, contudo, é diferente: o que você quer que o público entenda e lembre da sua apresentação? Esta é a sua mensagem.

O CONVITE

Palestras para o grande público em geral são organizadas por instituições de ensino (escolas ou universidades), jornais e instituições científicas (como a FINEP ou o Instituto Ciência Hoje), ou instituições privadas com fins bastante específicos (como bancos e empresas). Portanto, a primeira coisa a fazer é descobrir **quem é o público, e quais são as expectativas do público e dos organizadores** quando à sua palestra. Por exemplo, o propósito da palestra é que você eduque aquele público sobre uma doença em particular? Falar sobre perspectivas de cura? Lembre que em geral se espera em uma palestra pública que você seja capaz de falar sobre além do seu próprio umbigo: prepare-se para fazer comentários mais gerais sobre o seu campo, sobre o estado da arte, sobre perspectivas na área. Esta não é uma apresentação científica, e portanto o escopo da sua palestra deve transcender o seu trabalho pessoal de pesquisa. Não se sinta acanhado em apresentar resultados de outros laboratórios; é na verdade, é justamente isso que se espera de uma palestra pública – que você saiba apresentar uma visão geral da área e sua relevância para aquele grupo de pessoas.

Várias organizações e mídias honram o seu tempo e esforço remunerando sua palestra ou artigo. Não é feio perguntar: eles arcarão com suas despesas de transporte e eventualmente estadia? Pagarão honorários? Matérias para jornais e revistas *sempre* têm orçamento previsto, embora alguns editores usem a artimanha (feia) de ver se você topa contribuir de graça. Pergunte!

A próxima informação fundamental a obter é a **duração da apresentação**, e se haverá tempo para perguntas em seguida. Com essa informação, você poderá começar a formatar a sua palestra para que ela caiba de fato no tempo alocado.

Recomendações semelhantes valem para convites para escrever para jornais ou revistas. Pergunte ao editor que o convidou: quem é o leitor típico? A revista é focada em saúde, bem-estar, exercícios, curiosidades? Em qual seção do jornal sairá sua matéria? O editor que o convidou já tem algo específico em mente? Por final, o mais importante: **qual deve ser o tamanho do texto, e qual é o prazo de entrega?**

A PREPARAÇÃO

Uma apresentação bem-sucedida para o grande público é uma apresentação feita especialmente para ele. **Não seja preguiçoso:** nada de achar que você pode usar os seus slides de sempre e apenas apresentá-los com outras palavras. Dê-se ao trabalho de pensar na estória que você quer contar (a sua mensagem) e qual a melhor maneira de contá-la, ou seja, quais elementos você precisará mostrar ao público para construir seu raciocínio. Use as mesmas recomendações do capítulo sobre *Comunicação Oral* e monte primeiramente um roteiro da sua palestra, em tópicos. A única diferença é que, se você não apresentar seus próprios dados de pesquisa, você não precisará de um slide de agradecimentos; em seu lugar, prepare um slide de conclusão por exemplo com links de sites onde o público poderá encontrar mais informações a respeito do tema.

Prepare slides simples, leves, bem-humorados, com pouquíssimo texto. Busque imagens bonitas e vídeos que ilustrem seus exemplos (em tempos de YouTube, isso é trivial). Toda leveza será apreciada em sua apresentação. Gráficos? Pode usá-los, mas só aqueles que você for de fato explicar. Novamente, **não seja preguiçoso;** prepare novas figuras simplificadas, por exemplo com apenas as barras que você quer comparar naquele gráfico do seu artigo que mostra dezenas de tratamentos diferentes. **Deixe seu público com a grata impressão de que você se esforçou especialmente para eles.**

Ao contrário de um artigo científico, que aceita textos de *até* um certo tamanho, um artigo para jornal ou revista costuma ter um tamanho pré-determinado, por questões de diagramação. Nunca entregue um artigo longo demais, pois ele será cortado de maneiras que você talvez não deseje; mas esforce-se para também não entregar um artigo curto demais, ou sobrar espaço na página.

Se a divulgação é por escrito, atenha-se rigorosamente ao comprimento indicado para o texto. Considere que cada palavra a mais é uma chance de edição indesejada do que você escreveu. Sugira um título, mas lembre que a decisão final a esse respeito é do editor, de acordo com as normas do jornal ou revista. Se você não tem prática ainda, esforce-se para entregar o texto com vários dias de antecedência; neste caso, você poderá pedir ao editor que leia seu texto e sugira modificações, antes de passar a faca permanentemente na edição final.

EM BLOGS

Blogs são um novo meio de divulgação científica com todo seu charme próprio. Se você escrever para o blog alheio, deve respeitar as normas do dono do blog. Se, contudo, o blog é seu, então as regras são suas. Lembre-se contudo que o blog é público, e tudo o que ali aparecer tem grandes chances de cair nas redes e ser repetido e divulgado em outros sites e até outras mídias – muito mais do que aquilo que você escrever para jornais e revistas, simplesmente devido à facilidade de repetir informações da internet. Por isso, pergunte-se várias vezes se você de fato se sente confortável em ver sua opinião tornada pública.

Por razões básicas de **segurança**, não forneça informações privadas ou faça menção a seus hábitos e rotinas pessoais, nem escreva nada que identifique seu endereço residencial. Por outro lado, não se deixe intimidar pelos *trolls* e polícia de plantão que escreverão indignados por você ter manifestado sua opinião pessoal sobre este ou aquele assunto, ou até declarado publicamente que prefere esta ou aquela marca de panetones. Lembre que o blog é seu – e no seu blog, você manda.

DURANTE E DEPOIS DA PALESTRA

Já recomendei lá em cima, sobre comunicações orais, e repito: sobretudo em palestras para o grande público, faça da sua apresentação uma **conversa com sua plateia**. Olhe nos seus olhos; faça cada pessoa na audiência se sentir incluída na conversa e acreditar que tudo está sendo dito diretamente para ela. Esse tipo de interação com a plateia também lhe permitirá monitorar seu interesse – e assim você poderá, quem sabe, modificar o tom da sua voz, repetir o que você disse em outras palavras ou dar exemplos novos que talvez finalmente transmitam o que você ainda não conseguiu dizer. Module sua voz para que a apresentação tenha um tom de bate-papo, e não professorial. Lembre-se: isto não é uma aula! Seu público não tem obrigação de estar ali, nem de passar em um teste ao final. Eles vieram pelo mais puro interesse em ouvi-la falar.

Ao terminar sua apresentação, indique ao seu público que a palestra chegou ao fim. Um slide final resolve, seguido de algum tipo de agradecimento à plateia pela sua atenção e uma declaração de sua esperança de que todas essas informações sejam úteis para eles de alguma forma.

Se houver tempo previsto para perguntas, não se estenda em cada resposta: dê chance a todos de fazer suas perguntas. Mantenha a calma se receber críticas, e não seja grosseiro se fizerem perguntas descabidas. Lembre que você sempre pode responder que “isso é uma longa questão que não cabe aqui; se você quiser, procure-me pessoalmente depois da palestra” (mas lembre que isso é um convite à pessoa de fato comparecer querendo uma longa discussão...).

Toda plateia tem uma chance razoável de ter o “louco de plantão”: aquela pessoa que pede sua opinião sobre o cérebro de Hitler, sobre a saúde de celebridades, sobre políticas de governo. Se você tem uma resposta pública a dar – e lembre-se que ela pode rapidamente atingir um número enorme de pessoas via twitter e facebook – vá em frente. Em geral, contudo, tenha jogo de cintura e presença de espírito para desconversar ou simplesmente devolver a pergunta – e seguir adiante para a próxima pergunta. Algumas pessoas infelizmente não se contêm e começam a fazer consultas ao vivo, em pleno auditório, listando seus sintomas e histórico médico. Não se sinta pressionado; se você quiser fazer algum comentário genérico sobre o problema, faça-o, mas a seguir diga-lhe, em público, que tipo de médico deve ser consultado nesta situação. Educar seu público faz parte da sua função – mas sempre com respeito e cortesia.

Você pode requisitar aos organizadores que as perguntas sejam feitas por escrito e repassadas a você. Isso evita constrangimentos, perguntas descabidas e consultas públicas: basta você selecionar quais perguntas acha mais interessante responder. Por outro lado, perguntas escritas matam a espontaneidade e a interação com a plateia. Se você é um palestrante experiente, provavelmente saberá intervir quando as perguntas feitas em microfone aberto se tornarem extensas demais (várias são longos comentários, e não perguntas!). Se você ainda não tem experiência em lidar com o grande público, então receber perguntas por escrito pode ser um ótimo início.

Quando você tiver terminado sua apresentação e o microfone for desligado, há boas chances de ser procurado ainda no pódio por aqueles membros mais ávidos da plateia. Vários virão felicitá-lo e agradecer-lhe pela apresentação. É sempre possível que alguém especialmente insistente venha lhe perguntar em particular sobre o cérebro do Hitler ou algo igualmente descabido. Para esses casos, é sempre útil ter um amigo a postos, por perto e ouvindo a conversa, pronto para vir resgatá-la com algum comentário do tipo “lamento tirá-lo de vocês, mas a professora precisa pegar um avião/chegar na hora no restaurante/ir a um outro compromisso”.

Na grande maioria dos casos, no entanto, o fim da palestra é um momento extraordinário onde você sente recompensado pelos aplausos, feliz e admirado por ser cientista, satisfeito por ser capaz de comunicar ciência ao público, e útil porque seu trabalho serve para tornar melhor a vida das pessoas, mesmo que simplesmente por oferecer informações sobre elas mesmas. A vocação da ciência é tornar a vida melhor – e a ciência, afinal, pertence ao público. Como me ensinou Story Landis, minha orientadora nos EUA: um cientista que não sabe se comunicar é um cientista que não está fazendo seu trabalho direito.