

## F9p: DELIVERING AND COMMUNICATING FOREST SCIENCE FOR PEOPLE AND A GREENER FUTURE

### Social perception of forestry in the Northern region of Uruguay: beyond the economic impact

Virginia Morales Olmos<sup>1</sup>, Isabel Bortagaray<sup>1</sup>, Diego Passarella<sup>1</sup>, Cecilia Marrero<sup>1</sup>, Aylene Paiz<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidad de la República, Tacuarembó, Uruguay (vmolmos@gmail.com; isabelbortagaray@gmail.com; diego.passarella@cut.edu.uy; ceciliamarrero3@gmail.com; ayleneaiz@gmail.com)

The measurement of the impact of a new economic activity on a territory beyond the economic impact is a topic of special interest for different sectors of a society, especially for activities involving the use of natural resources. In Uruguay, forestry has been increasing its relevance on the national economy over the last decades. As a consequence, the adoption of a comprehensive assessment of its impact is of common interest for the population. The changes in forest sector the Northern region lead to raising questioning of the sustainability of the forest-related investments and their long-term impact on the territory. A multidisciplinary approach was used to elucidate the perception of the forestry sector and to learn on the society's perceptions. The project consisted on: a review of different approaches of sustainability assessment; a collaborative construction of the sustainability assessment of the forestry sector on the northern region of Uruguay; and a collaborative definition of the communication strategy of the assessment parameters previously obtained. The local peculiarities of the forestry sector were investigated through interviews to a set of experts and workshops with targeted audiences. A web-based consulting platform have been launched in order to elucidate and construct the society perception to assess the forestry sector and its sustainability. Preliminary results indicate that the perception of the population on the sector and its impact varies by sub-regions. It confirms the existence of some "myths" about the sector, as well as the demand for available and reliable information for the population.

### Creative and didactic communication through infographics / Comunicação criativa e didática por meio de infográficos

Cindy Correa, Milena Serro

<sup>1</sup>Ibá, São Paulo, Brazil (cindy.correa@iba.org; milena.serro@iba.org)

A Indústria Brasileira de Árvores (Ibá) é a entidade responsável pela representação institucional da cadeia produtiva de árvores plantadas em nível nacional, do campo à indústria, com ênfase em celulose, papel, painéis de madeira e pisos laminados. Nosso principal desafio de comunicação é apresentar aos stakeholders a importância dessa agroindústria para o meio ambiente, a economia e as pessoas. Além de fornecer produtos essenciais para o uso diário da população, as plantações de árvores também desempenham papel fundamental na prestação de serviços ambientais, como a conservação de florestas naturais e da biodiversidade, a regulação do clima e da água, entre outros. Apesar do compromisso desta indústria com esses serviços ecossistêmicos, ainda há pouco conhecimento por parte do público em geral sobre os benefícios gerados por uma plantação florestal e o manejo das paisagens pelas quais estas indústrias são responsáveis. Muitas vezes, a indústria de árvores plantadas ainda é alvo de críticas e de antigos mitos sobre sua atuação. Para combater esses mitos, a Ibá adotou como estratégia de comunicação a construção de uma nova narrativa sobre a atuação sustentável deste setor, por meio da criação de infográficos que demonstram, de forma ilustrativa e didática, como se faz gestão da paisagem, a gestão de recursos hídricos e a conservação da biodiversidade, entre outros. Os infográficos também são compostos de textos que contextualizam tudo o que é representado graficamente por meio das ilustrações. Os textos trazem, em linguagem amigável, informações técnicas baseadas em estudos e pesquisas de fontes renomadas - nacionais e internacionais.

### "Science and the media:" the importance of forestry research for communicators / "Ciência e mídia": a importância da pesquisa florestal para comunicadores

Ana Laura Lima<sup>1</sup>, Priscila Viúdes<sup>2</sup>, Adriano Venturieri<sup>1</sup>, Sabrina Gaspar<sup>1</sup>, Dulcivânia Freitas<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Embrapa Amazônia Oriental, Belém, Brazil; <sup>2</sup>Embrapa Acre, Rio Branco, Brazil; <sup>3</sup>Embrapa Amapá, Amapá, Brazil (analaura.lima@embrapa.br; priscila.viudes@embrapa.br; adriano.venturieri@embrapa.br; sabrina.gaspar@embrapa.br; dulcivania.freitas@embrapa.br)

Os comunicadores são importantes influenciadores e formadores da opinião pública. Além disso são mediadores do debate entre a sociedade e instituições. Para aproximar desse público o debate sobre as questões ambientais na Amazônia, a Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - realizou ao longo de dois anos encontros denominados "Ciência e Mídia", em nove cidades dos sete estados da Região Norte e no Maranhão. Este pôster apresenta a experiência de realização dos cursos e o impacto no público-alvo. O público participante totalizou 250 pessoas, entre profissionais da imprensa, lideranças comunitárias e estudantes de Comunicação. As temáticas abordadas foram: "Clima, mudança no uso da terra e o papel da floresta", "Sistemas sustentáveis de produção na Amazônia", "Jornalismo de Dados: um novo olhar sobre a Amazônia – acesso e uso do Prodes" e "Uso e cobertura da terra na Amazônia". Com base nas avaliações dos cursos, 66% do público considerou o evento ótimo e 33% excelente. Ficou evidente que eventos dessa natureza são importantes para ampliar o debate sobre o papel da floresta e as questões ambientais globais, e qualificar a cobertura jornalística sobre esses temas. Além disso é uma boa oportunidade para aproximar as instituições de pesquisa dos formadores de opinião. Os especialistas nas temáticas ambientais ainda apresentam dificuldade em se comunicar com o público por diversos motivos, em especial a linguagem. A análise apontou também que é necessário buscar outros formatos de apresentação, utilizar exemplos da pesquisa com a realidade, inferir sobre o impacto dos resultados no cotidiano, direta ou indiretamente.

### Communication as a strategy for awareness among the urban public on forestry issues / Comunicação como estratégia para sensibilização do público urbano para as questões florestais

Katia Regina Pichelli<sup>1</sup>, Luciane Cristine Jaques<sup>1</sup>, Paula Geron Saiz<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Embrapa Florestas, Curitiba, Brazil (katia.pichelli@embrapa.br; luciane.jaques@embrapa.br; paula.saiz@embrapa.br)

A presença das florestas no dia a dia das pessoas ainda é desconhecida pela maioria dos brasileiros. Percebe-se isso quando a frase "não imprima, assim você evita o corte de árvores" ainda é vista em diversas assinaturas de e-mail, ou quando o conceito "não use as florestas" permeia fortemente discussões equivocadas em mídias sociais. Diante disso, a Embrapa Florestas tem procurado trabalhar com o público urbano para desmistificar estes conceitos. Para isso, tem produzido materiais voltados a este público, em especial vídeos, animações, página web, mídias sociais e materiais impressos. São estratégias usuais de comunicação, mas que pretendem atingir um público diferenciado, que não está habituado à ciência e à temática florestal, levando a informação científica de forma acessível, criando sentido e despertando interesse. A mensagem principal destes materiais é "a floresta está presente em seu dia a dia". Alguns materiais: 1) animações: "Florestas no dia a dia", "Florestas nas propriedades rurais", "Plantios florestais para geração de energia"; 2) vídeos: "Pesquisas com araucárias", "Estradas com Araucárias", "Sistema silvipastoril"; 3) Páginas web: "Araucária", com infográficos; 4) Cartões postais (belas imagens com impressão diferenciada,