

# **BANCA SOCIAL: PITCH CIENTÍFICO**

---

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

---

Banca social [livro eletrônico] : pitch científico / AGITS ; organização  
Sylvia Maria Affonso da Silva. -- São Paulo : UNIVERSIDADE FEDERAL DE  
SÃO PAULO, 2022.  
1300 Kb ; PDF.

1. Comunicação na ciência. 2. Comunicação. 3. Ciência – Linguagem. I. Uni-  
versidade Federal de São Paulo. Agência de Inovação Tecnológica e Social. II.  
Silva, Sylvia Maria Affonso da.

CDD 302.2

Elaborado por Cristiane de Melo Shirayama – CRB 8/7610

---

DOI: 10.34024/agits20220007

# SOBRE PITCH E BANCA SOCIAL

por Sylvia Maria Affonso

Mais uma vez a **agits**, agência de inovação tecnológica e social da Unifesp, traz sessões de pitch científico e **banca social** para o Congresso Acadêmico. Nesta segunda edição, contamos com 16 trabalhos de mestrado e doutorado avaliados pela banca social, composta por jornalistas, representantes de empresas e membros da sociedade civil.

Apesar da ampla disseminação de pautas como divulgação científica, comunicação científica, jornalismo científico e, mais recentemente, difusão científica, os conceitos associados a esses temas ainda precisam ser esclarecidos. Tais esclarecimentos são necessários até entre membros da área acadêmica, e isso se deve pela falta de consenso nessa literatura, e pelo pouco entendimento sobre o papel do ou da cientista nessa história toda.

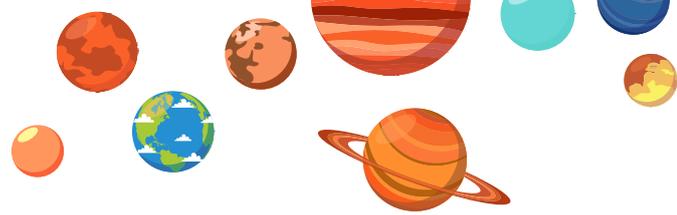
Para aperfeiçoar a comunicação de forma certa e eficiente, é preciso treino. Entregar uma informação de anos de pesquisa em três ou quatro minutos não é tarefa fácil. Durante a graduação, estudantes são treinados para escrever projetos (em torno de 20 páginas), relatórios de pesquisa (aproximadamente 60 páginas) e dissertações ou teses (em média 200 páginas). É palavra que não acaba mais! E nesse universo onde podemos encontrar teses publicadas em dois volumes, a concisão é um verdadeiro desafio e há pessoas que acham 30 minutos pouco para dar uma aula. Vamos fazer um teste: qual o último vídeo técnico que você viu com mais de 15 minutos? Quanto tempo você acha que seu cérebro consegue manter a atenção?

Sendo assim, objetividade e concisão não fazem parte do vocabulário das pessoas da área acadêmica. Entretanto, devido à pandemia do coronavírus, a Ciência e os cientistas ganharam mais espaço na mídia, com recrutamento quase semanal de pessoas do meio acadêmico para divulgar, explicar e destrinchar as inovações da ciência e da saúde. Além disso, já foi o tempo em que o estereótipo de um cientista era um homem branco, de jaleco e usando óculos. Há muitas mulheres cientistas ganhando prêmios e falando com a sociedade (e para ela) de maneira equânime. Nosso papel mudou. Estamos cientes disso?

Uma boa mensagem científica é passada quando a mediação faz sentido para aquela cultura do conhecimento. [Aqui](#) tem uma matéria muito legal sobre como as formas de comunicação da Ciência acontecem em outros espaços, como no jornalismo. Aliás, dar uma entrevista é um bom treino também.



# O PITCH CIENTÍFICO



O pitch é uma forma rápida e direta de comunicar, em geral sem uso de slides e que contempla uma entrega direcionada da informação para uma audiência específica. Em geral, o pitch é feito em poucos minutos e, na **agits**, usamos a fórmula dos 3 minutos para engajar a audiência com conceitos científicos facilmente assimiláveis. [Aqui](#), disponibilizamos o modelo de pitch de 3 minutos criado na **agits** pra você baixar.

Se quiser saber mais sobre o assunto, neste [vídeo](#) a **agits** explica o que é um pitch científico. Para pessoas da área acadêmica a próxima frase pode parecer estranha, mas um pitch só funciona quando você se diverte! Isso porque o cérebro humano aprende e retém melhor informações quando está relaxado, e a diversão proporciona esse estado de leveza e relaxamento. Se quem está comunicando está sofrendo, com medo, vergonha e não está interagindo com a plateia, a conexão não acontece e a mensagem morre no meio do caminho.

Não por acaso os centros de cultura científica das grandes universidades inglesas têm um time formado por artistas, músicos e socialistas para treinar cientistas. Calma, você não precisa fazer um curso de teatro para fazer um pitch. É um treino e ele vem com o tempo.



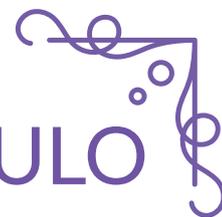
# A BANCA SOCIAL

A banca social, idealizada pela **agits** em 2021, tem como conceito trazer a sociedade para dentro da universidade. Há muitas iniciativas que dizem contemplar essa ação, entretanto, fazer com que o discurso se torne realidade não é uma tarefa fácil.

Imagine que, depois de tantos anos apresentando seu trabalho para seus pares no meio acadêmico, você passe a apresentar para sua vizinha, ou para o motorista do ônibus (desde que ele não esteja dirigindo, é claro!), ou para a moça do caixa do mercado. Estas pessoas possuem uma visão e uma vivência diferente da área acadêmica, entretanto, são elas que pagam os impostos que, por sua vez, se convertem em financiamento das nossas pesquisas. Por isso, nada mais justo que essas pessoas tenham acesso à informação científica de forma descomplicada (sem jargões técnicos exagerados).

Em 2021, a **agits** produziu um ebook com a primeira banca social, realizada no Congresso Acadêmico e [aqui](#) compartilhamos com você as informações que foram discutidas e trabalhadas naquele ano por outra banca social. Boa leitura!





# É PRECISO CAPRICHAR NO TÍTULO

por André Biernath

O título é peça-chave de qualquer trabalho, seja ele acadêmico ou jornalístico. Afinal, ele é o chamariz, o primeiro ponto de contato das pessoas com aquela peça. É necessário, portanto, pensar muito bem na maneira como vamos elaborar essa frase. Ela precisa ser ao mesmo tempo precisa, objetiva e um tanto “vendedora”. Tudo isso com o intuito de instigar a curiosidade no leitor, ouvinte, ou espectador, de modo que ele se convença em poucos segundos da necessidade de continuar a prestar atenção naquele conteúdo por mais um tempo.

É neste fino balanço entre precisão e atenção que vivem jornalistas, escritores, produtores de conteúdo e, porque não, pesquisadores, alunos e cientistas. Muitas vezes, temos um enorme apego ao nosso trabalho e sabemos tanto daquele tópico que nos esquecemos que os demais indivíduos não entendem a fundo sobre o assunto. O risco aqui é partir para títulos muito complexos e detalhados que, além de não chamar a atenção, ainda plantam um enorme ponto de interrogação na cabeça das pessoas.

Para fugir desta e de outras armadilhas, devemos ser críticos com nossos títulos e prestar atenção com cada palavra que for utilizada. Ela é suficientemente simples? Existe algum sinônimo que as pessoas estejam mais familiarizadas no dia a dia? Há maneiras de simplificar frases e explicações? É possível cortar alguma palavra para deixar o título mais enxuto? Esse trabalho é constante e o aprendizado contínuo: cada título que pensamos tende a ficar um pouco melhor que o anterior.

Pensando nisso, levantei algumas sugestões de títulos para os trabalhos que analisei. Logicamente, eles são títulos que se aproximam mais de uma reportagem do que de uma tese de mestrado ou doutorado. Mesmo assim, o exercício permite entender melhor como se aproximar cada vez mais do leitor (seja ele especializado ou não) por meio de uma comunicação objetiva, precisa e acolhedora.

1 - *Avaliação da estabilidade.... - “Micro-organismos podem virar pigmento natural, sustentável e saudável para xampus”*

2 - *Análise da distribuição... - “Brasileiros investigam quantas mutações o vírus HIV pode ter”*

3 - *Relação entre p53... - “Câncer de cabeça e pescoço: cientistas desvendam as mutações relacionadas ao vírus HPV”*



4 - Aprimoramento dos instrumentos... - “Pesquisa vai desvendar os principais problemas das farmácias de manipulação” ou “O que você deve prestar atenção na hora de escolher uma farmácia de manipulação”

5 - Avaliação funcional... - “Como cidades inteligentes podem facilitar a locomoção de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida”

6 - Efeito da manobra... - “A técnica de respiração simples que pode reduzir a ansiedade em situações de estresse”

7 - A utilização de serious... - “O videogame ‘sério’ que previne erros em cirurgias”

8 - Cadê os negros que... - “Racismo causa doença? Pesquisadores investigam como educação e saúde estão relacionados”

## CIÊNCIA NA QUEBRADA

por Laniela Feitosa

A Ciência precisa estar em todos os cantos e a quebrada é um deles. O território de Parelheiros está localizado no extremo sul da Cidade de São Paulo e abriga duas áreas de proteção ambiental com uma vasta área de Mata Atlântica e a maior área verde por habitante na cidade de São Paulo; três bacias hidrográficas que abastecem 1/3 da região metropolitana; possui a 2ª menor taxa de emissão de poluentes da cidade; propriedades rurais de agricultura orgânica; 3ª maior presença da população preta e parda (56,61%) da cidade de São Paulo.

Entretanto, os desafios são grandes: altos índices de crianças obesas e desnutridas (PUCRS); 4ª maior índice de violência contra mulheres na cidade de São Paulo (Nossa São Paulo – 2018) e o segundo pior IDH (0,747) da capital paulistana (2016). A economia, mobilidade urbana, equipamentos culturais e educacionais são escassos na região. Sendo assim, educação e Ciência precisam se fazer presentes em nossa região.

Gostaria de chamar atenção para as apresentações que usaram algum tipo de animação e mostraram o passo a passo da pesquisa: desde o motivo da escolha do estudo, até como a pesquisa estava sendo conduzida. Dessa maneira, mesmo não tendo conhecimento profundo sobre determinado assunto, foi possível compreender e instigar a curiosidade para acompanhar outras informações da pesquisa.



Alguns termos - o famoso tecnicês - podem ser substituídos para melhor compreensão ou mesmo explicação rápida sobre o termo. Afinal é um pitch!

Os vídeos que apresentaram explicações por escrito permitiram que as informações do texto complementassem a fala da pessoa.

O tempo dos vídeos (em média 4 minutos), é adequado, pois não são vídeos super curtos a ponto de perderem a informação, ou muito longos de forma que ficassem chatos, sendo assim, até 4 minutos é um tempo ideal para passar a informação de forma concisa e potente.

Gostaria de chamar atenção para o vídeo **Análise da distribuição das alterações mutacionais do vírus da imunodeficiência humana tipo 1 (HIV-1) em ciclo único de infecção in vitro** devido à forma de apresentação e condução da pesquisadora.

Desejo que a banca social passe a ser constante dentro da academia, para que os conhecimentos gerados venham para o dia a dia de todos, em especial para a *galera quebrada*.

## A VISÃO DO MERCADO

por Diego Petitinga

Os projetos e trabalhos desenvolvidos na Unifesp apresentam grande potencial para o mercado, desde que os agentes interessados - stakeholders - sejam estrategicamente envolvidos, e que haja espaço para teste e validação das ideias, protótipos e ações. Para tanto, definir o problema de forma objetiva e determinar suas consequências é um bom plano para membros da área acadêmica vislumbrarem a entrada da sua invenção no mercado. Vou usar alguns exemplos dos trabalhos apresentados como pitch congresso acadêmico Unifesp 2022:



**Trabalho:** Desenvolvimento, validação e usabilidade do sistema de gerenciamento de fila cirúrgica eletiva, SIGEFI®, no sistema único de saúde

**Problema:** Processo de gerenciamento de cirurgia eletiva feita manualmente em planilhas. Falta de sistema gerenciador de fila cirúrgica em hospitais públicos.

**Consequência:** atraso no processo, erro médico, falta de transparência e do tamanho real da fila.

Esse trabalho foi pensado para um parceiro estratégico (chamado de stakeholder) do sistema único de saúde, porém outras instituições possuem entraves de gerenciamento manual - e às vezes utilizam telefone pessoal do profissional de saúde para solucionar o problema - uma forma sem agilidade e transparência do processo. É necessário pensar em novas abordagens e um sistema digitalizado pode ajudar, desde que os implementadores estejam



abertos para aprender com os profissionais de saúde as dores que possuem para, então, aprimorar a solução. Como a maior parte das plataformas digitais, o produto precisa de uma métrica de sucesso para monitorar se o problema de gerenciamento da fila está sendo mitigado ou resolvido. Antes de tudo: verificar se a instituição tem condição de rodar o sistema e se tem computadores adequados.

**Exemplo de métricas: redução da fila de espera, aumento da produtividade do profissional de saúde, redução do tempo das tarefas relacionadas à busca de informações sobre o paciente, redução do intervalo de comunicação com o paciente que aguarda a cirurgia...** Todos esses dados podem indicar o sucesso do projeto, apontar melhorias, e fazer com que o grupo possa escalar a solução para outros stakeholders.

**Trabalho:** Fatores de estilo de vida associados à hipertensão arterial referida: análise dos dados do Vigitel 2019.

**Problema:** segundo a Sociedade Brasileira de Cardiologia, cerca de 14 milhões de brasileiros têm alguma doença no coração e cerca de 400 mil morrem por ano em decorrência dessas enfermidades, o que corresponde a 30% de todas as mortes no país. As doenças cardiovasculares são líderes de mortalidade no Brasil.

Avaliar o tamanho do problema que precisa ser resolvido, quais prejuízos à saúde podem ocorrer, analisar o sistema de saúde como um todo, incluindo operadoras e o sistema único de saúde, bem como avaliar o tamanho do mercado que a sua pesquisa pode impactar. Sugiro atenção especial à plataforma digital na qual o paciente coloca seus hábitos alimentares, pois é ela quem vai devolver ao paciente sugestões de mudanças em sua rotina alimentar, a fim de diminuir os riscos cardíacos. Para colocar isso em prática, é preciso inteligência artificial e rede de apoio.

Identificar similaridades nos fatores de estilo de vida em diferentes cidades e regiões do país e levar os dados para um hospital ou rede de hospitais referência no tratamento da cardiologia, a fim de que os responsáveis pelo serviço estejam cientes da implantação da solução para apoiar o desenvolvimento contínuo da plataforma. O grupo pode levar a solução para uma startup do segmento healthtech especializada em cardiologia, como por exemplo: <https://distrito.me/>. É interessante buscar acesso às informações governamentais, pois o Ministério da Saúde coleta uma quantidade enorme de dados de pacientes que as empresas privadas não conseguem alcançar. Isso pode ajudar a focar na solução com dados mais amplos e ser um diferencial para o negócio.

**Trabalho:** O cenário das doenças crônicas não transmissíveis no município de Penápolis - São Paulo: fatores associados e avaliação do ambiente



**Problema:** Doenças crônicas não transmissíveis são um problema de saúde pública mundial. Custos elevados para o sistema de saúde

**Solução:** previsão de impacto em mais de 23 milhões de pessoas até 2030 com base em hábitos alimentares (mercados, restaurantes, feira de alimentos e lazer) e indicadores do ambiente urbano (ambiente alimentar e para exercícios físicos)

Os aprendizados em Penápolis podem servir para outras cidades e auxiliar secretarias municipais e estaduais de saúde e de infraestrutura a planejarem seus espaços públicos. Sugiro buscar dados de bairros com maior índice de pessoas com doenças crônicas não transmissíveis, para uma ação baseada em data driven para posicionar academias, praças públicas com aparelhos de exercícios, ou até mesmo, pensando na iniciativa privada - uma marca de plano de saúde, ou um hospital grande local - patrocínio de ações e atividades físicas ao ar livre para moradores desses bairros. É uma pesquisa com potencial para impactar positivamente os pacientes.

**É preciso ter cuidado com os jargões.** Alguns trabalhos trouxeram tantos termos técnicos que somente especialistas entenderiam. Partindo do princípio que o grupo escolheu fazer um pitch, é essencial pensar na audiência da apresentação do projeto. Vale lembrar que no ecossistema empresarial/de mercado, nem sempre o público-alvo é exclusivo de profissionais técnicos, e a tomada de decisões pode estar com o time de designer, marketing, negócios e todos precisam conseguir entender do que se trata.

# CONTE A CIÊNCIA PARA SUA AVÓ

por Flávia Kolchraiber

Como contar sobre minha pesquisa para um público não acadêmico? Como falar sem usar jargões que a universidade contribui para enraizar em meu

cotidiano? Como expor o que pesquisei sem cair na mesmice das apresentações acadêmicas e sem deixar de ser científico? Como fazer um pitch para o congresso acadêmico e desviar dos conselhos do/a orientador/a para não parecer com uma apresentação científica formal?

São tantas perguntas que perpassam a mente no momento que opto pelo formato pitch. A maioria delas sob uma certa pressão que pode gerar insegurança ou uma falsa impressão de que novos formatos não são sérios.

O espaço criado no Congresso acadêmico, com influência direta da **agits**, proporcionou inúmeras reflexões. É importante deixar um parabéns, para todos que toparam encarar as perguntas, senti-las e se jogar na experiência.

No congresso passado, ouvi que o desafio de falar do próprio trabalho ou do projeto de pesquisa nesse formato, pode ser encarado como uma conversa de ônibus. É isso! Em um tempo curto, um cenário distinto e pessoas bem diversas para ouvir o que tenho para falar.

Em minha experiência de pesquisa com comunidades periféricas, notei que uma fala acessível e amorosa tem potencial de maior conexão e a possibilidade de que a pesquisa alcance pessoas que pelo rumo tradicional da academia não alcançaria.

Nesse sentido, ter um pé na academia e outro em realidades bem distintas dessa é fundamental para se manter lúcido/a. Outra coisa é soltar o idioma “academiquez”, embora não seja fácil de fazê-lo em um congresso.

A gente entra na universidade com um vocabulário mais “simples” ou melhor, com um repertório mais diverso e com o passar do tempo a gente vai se especializando, ou seja, aprende o “academiquez”, ganha um status social e o resultado é que a gente fica com dificuldade de comunicar ciência, de falar com os principais beneficiados da prática científica que é a sociedade em geral. Por isso, teste em casa conte para sua avó sobre sua pesquisa.



## Veja os participantes desta banca social e sua contribuição:

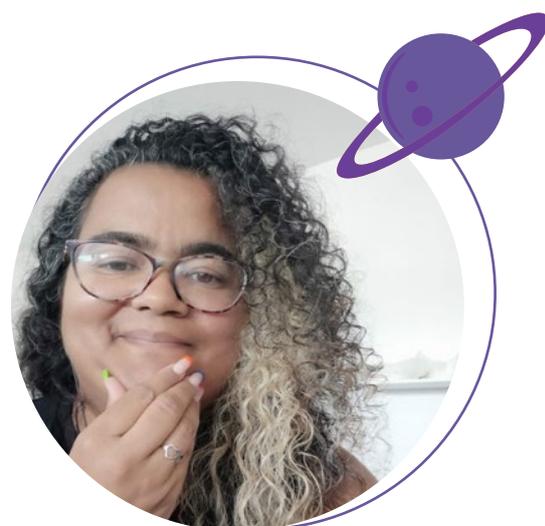
**Sylvia Maria**, Syl ou Syl Saghira na dança. Tenho formação em Biologia Ambiental e sou apaixonada por museus. Fiz especialização em Fisiologia do Exercício e mestrado em Genética na UNIFESP e trabalho na agência de inovação tecnológica e social, a agits. Fiz o trainee de Ciência e Saúde da Folha de S.Paulo e me encantei pela escrita, mas fico confortável mesmo é na comunicação falada, por isso, dou aulas de pitch científico e daí, surgem trabalhos como este que você leu. Depois de tudo que passamos na pandemia, resolvi aprender a surfar (que é mais difícil do que estatística avançada, acredite!)



**André Biernath**, é jornalista de ciência e saúde formado pela PUC-SP e pós-graduado pela ESPM. Atualmente, atua como repórter da BBC News Brasil em Londres. Antes, trabalhou por 10 anos na revista Veja Saúde, da Editora Abril. Já publicou reportagens em Veja, Claudia, Superinteressante, Quatro Rodas, O Joio e o Trigo, BBC News Mundo, BBC Afrique e British Medical Journal. Foi um dos fundadores e o primeiro presidente eleito da Rede Brasileira de Jornalistas e Comunicadores de Ciência. Cobriu mais de 100 congressos científicos nacionais e internacionais e ganhou 8 prêmios de jornalismo, incluindo “O + Admirado Jornalista de Saúde de 2021”.



**Laniela Feitosa**, Bacharel com Licenciada Plena em Geografia e com diversos cursos específicos das áreas de conhecimento popular e sustentável. Trabalha no Centro Popular de Cultura e Desenvolvimento - CPCD, organização da sociedade civil, que existe há quase 40 anos, com projetos em São Paulo e Minas Gerais. É coordenadora do Parelheiros Saudável Territórios Abraçados. Projeto que acontece em Parelheiros, extremo sul de São Paulo. Integrante da Rede LiteraSampa, rede que reúne várias bibliotecas comunitárias da cidade de São Paulo. Sou e estou Natureza



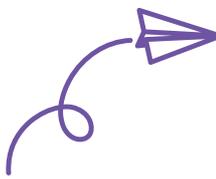


**Diego Petitinga**, Graduado em Publicidade e Propaganda pela Unifacs e pós graduado em Negócios Digitais pela FIAP. Atuou por 8 anos como Diretor de Arte em veículos de comunicação e agências de propaganda. Há mais de 5 anos atua com produtos digitais e inovação. Foi Product Designer na Accenture e no Itaú, trabalhando na melhoria de aplicativos, sites e plataformas digitais. Atualmente é Lead Service Designer na Novartis.

**Flávia Kolchraiber**, Enfermeira pela Universidade Federal de São Paulo, especialista em Serviços de Saúde Pública e Saúde da Família. Mestre e Doutora em Ciências EPE-UNIFESP. Gestora de projetos do Instituto Brasileiro de Ensino e Apoio Comunitário e membro do grupo de Estudos Interdisciplinares em Saúde Mental. Atuou como gestora de serviços de saúde no município de São Paulo. Desenvolve pesquisa sobre práticas contemplativas em comunidades periféricas. Instrutora de programas de Mindfulness e compaixão pela Breathworks/Respira Vida, pelo Centro de Ciência Contemplativa e Ética da Emory University e Facilitadora SEE Learning da Emory.



# Uma Produção agits



## Apoio

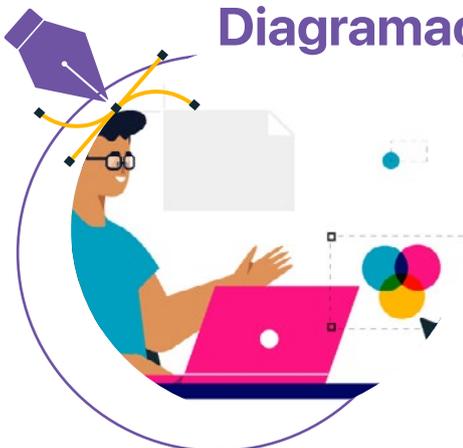


## Organização



Sylvia Maria Affonso da Silva

## Diagramação



Guilherme Augusto Crusco de Toledo

## Edição de Texto



Simeão de Souza Moraes