
Artigo original

II Semana Nacional do Cérebro (SNC/2013): popularizando as neurociências

*2013 Brazilian Brain Awareness Week:
popularization of neuroscience*

Carlos Henrique Buck*, **Rafael N Ruggiero****, **Artur Fernandes*****, **Lézio Bueno-Júnior****,
Antonio Pereira Junior***, **Daniela Martí-Barros******, **Amauri Gouveia Jr.*******,
Maria Elena Crespo-López*****, **Marcia Renata Mortari*******,
Norberto Garcia-Cairasco**, **Jorge Quillfeldt*******,
Cecilia Hedin-Pereira*****, **Maira Monteiro Frões*******

Resumo

Apresentamos os resultados da Semana Nacional do Cérebro SNC/2013. Realizada em sincronia com a *Dana Alliance* e promovida pela Sociedade Brasileira de Neurociências e Comportamento, em parceria com a *Rio Society for Neuroscience Chapter*, a SNC/2013 contabilizou 129 iniciativas, superando as 44 do ano anterior. As ações foram categorizadas segundo a natureza das atividades, instâncias organizadoras e público-alvo. Verificou-se que as ações concentraram-se nas regiões Sul, Nordeste e Sudeste, mas aconteceram de forma relevante no Norte e Centro-Oeste do país. As universidades figuraram como as principais instituições organizadoras, no entanto, o envolvimento das organizações/instituições não universitárias aumentou substancialmente. O público em sua maior fatia foi composto por não-acadêmicos, sinalizando o êxito da SNC em popularizar o conhecimento neurocientífico. O sucesso de mais uma edição da SNC reafirma o interesse do neurocientista brasileiro em traduzir temas acadêmicos para uma lingua-

*PPGH/Universidade Salgado de Oliveira, **FMRP/Universidade de São Paulo, ***Universidade Federal do Rio Grande do Norte, ****Universidade Federal do Rio Grande, *****Universidade Federal do Pará, *****Universidade de Brasília, *****ICBS/Universidade Federal do Rio Grande do Sul, *****IBCCF/Universidade Federal do Rio de Janeiro, *****HCTE e NCE/Universidade Federal do Rio de Janeiro

Correspondência: Maira Monteiro Frões, Av. Athos da Silveira, 5, sala E-1008, Centro de Ciências Matemáticas e da Natureza, Cidade Universitária 21941-916 Rio de Janeiro RJ, E-mail: riosfnchapter@gmail.com

gem acessível e formatos 'amigáveis', permitindo compartilhar os avanços deste campo de conhecimento com a sociedade. O fortalecimento ao longo dos anos de nichos pioneiros de divulgação neurocientífica, representados por pessoas e instituições, somada a adesão de colegas e estabelecimento de novos nichos distribuídos pelos estados e regiões, vem sendo axial na consolidação da SNC como um evento de solidariedade nacional.

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

Abstract

The Second Brazilian Brain Awareness Week (NBAW/2013) is summarized. In synchrony with Dana Alliance and promoted by the Brazilian Society for Neuroscience and Behavior (SBNeC), in partnership with the Rio Society for Neuroscience Chapter (Rio SfN Chapter), NBAW/2013 comprised 129 initiatives, far surpassing the 44 of the previous year. Actions concentrated in the South, Northeast and Southeast regions, but occurred with excellent results in the North and Midwest of the country. Although the inclusion of five new capitals in NBAW/2013 contributed to the increase in the percentage of actions concentrated in the capitals compared to NBAW/2012, in absolute terms, we verified a significant increase in total activities of the inner cities. Universities were main organizing institutions. Public was mostly non-academic, which attests NBAW efficiency in popularizing the neuroscientific knowledge. The success of the NBAW highlights the interest of neuroscientists in translating their academic themes into an accessible and friendly language, sharing latest advances of this field of knowledge with the society in general. The existence of pioneer niches (people and Institutions), their permanent contribution, as well as the adhesion of new niches, are pivotal to consolidate NBAW as an event of national solidarity.

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

Introdução

A Brain Awareness Week [1] é uma campanha global de divulgação dos avanços e benefícios resultantes do estudo do sistema nervoso. Realizada anualmente no mês de março, a Semana do Cérebro congrega universidades, hospitais, agências do governo, escolas e outras organizações e instituições públicas e privadas num objetivo comum: a popularização dos conhecimentos neurocientíficos.

Em 2013, entre os dias 11 e 17 de março, foi realizada a 18ª Semana Internacional do Cérebro, sob coordenação da Dana Alliance for Brain Initiatives [2] e da European Dana Alliance for the

Brain [3]. No Brasil, realizou-se simultaneamente a II Semana Nacional do Cérebro (SNC/2013) [4], o segundo ano consecutivo em que a proposta alcançou âmbito nacional, e o primeiro no qual esteve presente nas cinco regiões do país.

A SNC/2013 foi promovida pela Sociedade Brasileira de Neurociências e Comportamento (SBNeC) [5], em parceria com o Rio Society for Neuroscience Chapter – Rio SfN Chapter – [6]. A coordenação nacional coube aos colaboradores Maira Frões (UFRJ), Cecilia Hedin-Pereira (UFRJ), Norberto Garcia-Cairasco (USP-RP), Jorge Quillfeldt (UFRGS), Daniela Martí Barros (FURG), Antonio Pereira (UFRN), Maria Elena Crespo López (UFPA), Marcia Re-

nata Mortari (UnB), Lézio Bueno Júnior (USP-RP), Rafael Ruggiero (USP-RP) e Artur Fernandes (USP-RP).

Os resultados da SNC/2013 marcam o surpreendente progresso quantitativo e qualitativo da campanha no período 2010-2013. As ações desenvolvidas em 2010 no Rio de Janeiro [8] e em 2011 na cidade de Ribeirão Preto [9] deram consistência às iniciativas locais e regionais de anos anteriores. No ano de 2012, a realização da I SNC [10] concretizou a proposta de alcance nacional das ações, integrando sete estados num total de 44 iniciativas-agenda de atividades [11]. Em 2013, a II SNC teve a participação de 13 estados da Federação [12] e contabilizou um total de 129 iniciativas, multiplicando as ações e reafirmando a preferência por formatos interativos direcionados à ampliação do público participante.

O objetivo deste relato é apresentar uma visão panorâmica das ações realizadas na SNC/2013, elaborando uma síntese de seus resultados na forma de frentes de ação, natureza das instâncias organizadoras e público atingido.

Material e métodos

Foram computadas as ações de divulgação em neurociências realizadas ou iniciadas entre 11 e 17 de março, inscritas no sítio eletrônico disponibilizado pela SBNeC - Semana Nacional do Cérebro [13] e sincronizadas com a semana global promovida pela Dana Alliance. Os dados apresentados neste artigo têm como base informações solicitadas pela Comissão Organizadora da SNC/2013 e que foram enviados pelos organizadores e/ou membros das equipes locais.

As ações foram categorizadas segundo:

- a natureza das atividades: oficina; palestra/conferência/bate-papo/mesa-redonda; ciclo de palestras; feira/mostra/ação social; cine-debate/vídeo; curso; exposição e pôster.
- as instâncias organizadoras: universidade pública; parceria universidade pública-sociedade; universidade privada; parceria universidade privada-sociedade; parceria universidade pública-universidade privada; parceria universidade pública-universidade privada-sociedade; organizações/instituições não universitárias; escolas (públicas e privadas).
- público-alvo: geral; universitário; escolar e especial (profissionais de educação e saúde, idosos, pacientes, cuidadores e pais).

As ações que compuseram a SNC/2013 foram individualizadas segundo um critério de 'singularidade' do público participante. Portanto, um ciclo de palestras foi contabilizado como ação única se o público para as diferentes palestras tivesse sido aproximadamente o mesmo, ainda que em dias diferentes. Por outro lado, uma mesma tarde de oficinas organizadas pelo mesmo grupo, em que dois públicos diferentes foram atendidos por propostas específicas e ações/dinâmicas diferenciadas, foi contabilizada como duas ações distintas.

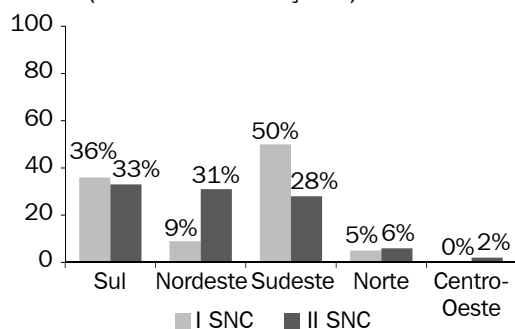
Resultados e discussão

Distribuição regional

As regiões Sul, Nordeste e Sudeste responderam por 92% das ações da SNC/2013, respectivamente com 33%, 31% e 28% das iniciativas. O destaque foi a região Nordeste que, entre 2012 e

2013, elevou sua participação de 9% para 31%. As regiões Norte e Centro-Oeste, apesar de concentrarem apenas 8% das ações, também apresentaram progressos significativos. A região Norte elevou sua participação de 5% para 6%, já a região Centro-Oeste, que não compôs a edição anterior, promoveu 2% das ações em 2013 (Figura 1).

Figura 1 - Distribuição regional das ações: comparativo SNC 2012/SNC 2013 (% do total de ações).



O aumento expressivo do número de ações ocorrido entre a SNC/2012 e a SNC/2013, de 44 para 129 iniciativas, nos obriga, para uma adequada avaliação, a observar os dados absolutos dos eventos promovidos nas diferentes regiões brasileiras. Sem tal cuidado, correríamos o risco de detectar uma falsa redução nas realizações de determinado estado ou região.

No caso das regiões Norte e Centro-Oeste, os citados aumentos percentuais de 1% e 2% entre 2012 e 2013 corresponderam a uma multiplicação por cinco do número de ações - duas ações em 2012 e dez ações em 2013 -. Deve-se atentar, no entanto, que apenas um estado de cada região, Pará - N, e Goiás - CO, integrou a SNC/2013.

Nessa mesma linha de análise, a região Sudeste, realizadora de 50% das

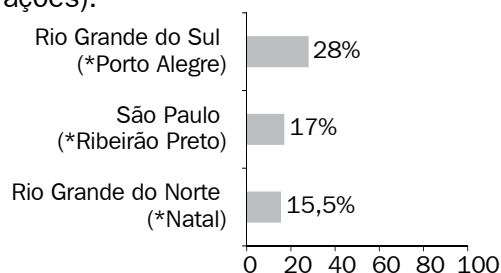
ações da SNC/2012, teria sofrido uma grande redução em sua participação na SNC/2013, com “apenas” 28% das iniciativas. Os dados absolutos revelam, entretanto, que a região passou de 22 ações em 2012 para 36 ações em 2013, inclusive integrando o estado de Minas Gerais no circuito de promotores da SNC. Apenas o estado do Espírito Santo não participou dos eventos.

A região Sul apresentou uma pequena redução percentual em suas iniciativas entre os anos de 2012 e 2013 (de 36% para 33%) mas, em termos absolutos, saltou de 16 para um total de 43 ações, que envolveram os três estados da região.

A região Nordeste apresentou índices absolutos notáveis, atingindo 40 ações em 2013, contra quatro em 2012. Deve-se ressaltar, ainda, o aumento do número de estados que integraram o esforço de divulgação científica. Na SNC/2013, os estados do Maranhão, Pernambuco e Bahia juntaram-se aos estados do Rio Grande do Norte e Paraíba, já incluídos na edição anterior.

No quadro geral de ações, destacam-se os índices de participação dos estados do Rio Grande do Sul (28%), São Paulo (17%) e Rio Grande do Norte (15,5%) (Figura 2). No cenário das cidades, as principais promotoras foram: Natal (15,5%), Porto Alegre (14,7%) e Rio de Janeiro (9,3%). Tais dados indicam uma distribuição desigual de iniciativas, tanto no âmbito das cidades, como dos estados. De um conjunto de 13, os três principais estados apresentaram 60,5% das iniciativas, enquanto que das 24 cidades participantes, três delas detiveram 39,5% das atividades.

Figura 2 - Principais Estados realizadores da SNC/2013 (% do total de ações).

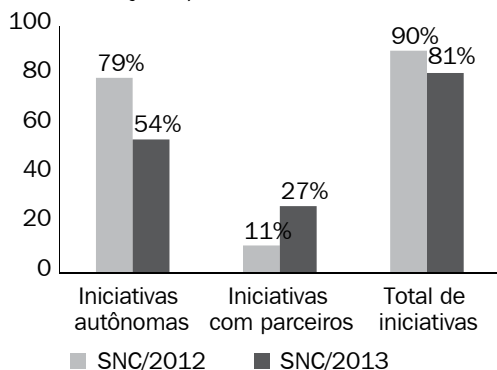


*cidade que mais contribuiu no estado

Instâncias realizadoras [16]

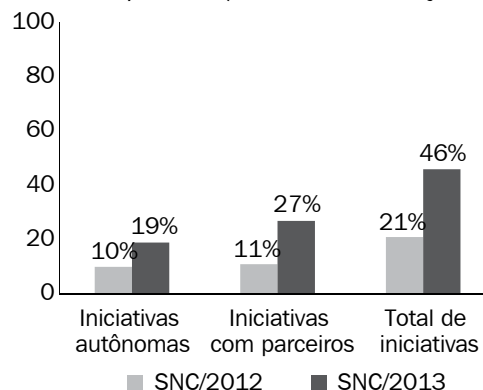
Assim como na SNC/2012, na SNC/2013 as universidades figuraram como as principais instituições organizadoras. Foram observadas, entretanto, mudanças em seu padrão de participação. Primeiramente notamos uma redução de nove pontos percentuais em sua participação como promotoras ou co-promotoras de eventos (de 90% para 81%). Contudo, o dado mais relevante foi a redução percentual significativa nas ações em que as mesmas atuaram como as únicas instituições promotoras (de 79% para 54%) e a elevação do percentual de atividades realizadas em parceria com organizações e instituições não universitárias (de 11% para 27%) (Figura 3).

Figura 3 - Participação de universidades: comparativo 2012/2013 (% do total de ações).



Portanto, o grande avanço da SNC/2013 foi o fortalecimento da atuação de organizações e instituições não universitárias, tanto como organizadoras independentes (de 10% das iniciativas em 2012 para 19% em 2013), como através de parcerias com as universidades (de 11% para 27%). Em síntese, ao englobarmos as iniciativas autônomas com as realizadas em parceria com as universidades, verificamos que as organizações e instituições não universitárias elevaram sua participação de 21 pontos percentuais em 2012 para 46 pontos na SNC/2013, atestando a integração dessas entidades ao circuito de promotores da SNC. (Figura 4)

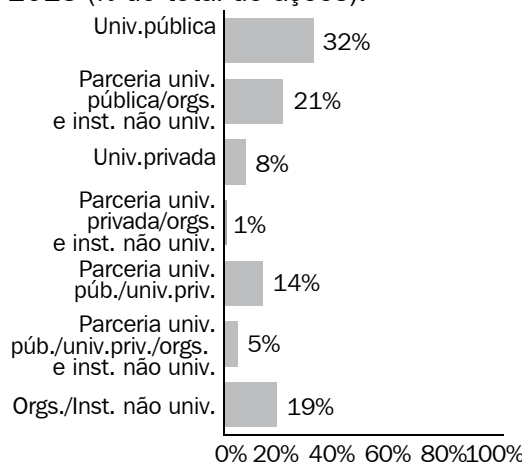
Figura 4 - Participação instituições/organizações não universitárias: comparativo 2012/2013 (% do total de ações).



No quadro geral da SNC/2013, verificamos que as universidades públicas detêm o índice mais elevado de iniciativas (32%), seguidas por: parcerias entre as próprias universidades públicas e organizações/instituições não universitárias (21%), atividades empreendidas por organizações e instituições não universitárias (19%), e ações realizadas através de parcerias entre universidades públicas e privadas, com 14%. Com índices mais

baixos, figuraram iniciativas desenvolvidas por universidades privadas (8%), por parcerias entre univ.públicas, univ. privadas e orgs./inst. não univ.(5%) e parcerias entre univ.privadas e orgs/inst. não universitárias (1%). (Figura 5)

Figura 5 - Instâncias realizadoras SNC 2013 (% do total de ações).



Por fim, ressaltamos novamente a possibilidade da análise percentual mascarar melhorias expressivas nos resultados absolutos. Por exemplo: embora o índice percentual de atuação das universidades como organizadoras autônomas ou em parceria com outras entidades tenha se reduzido de 79% para 54%, o número de ações empreendidas foi efetivamente duplicado, de 35 para 70 iniciativas.

O público da SNC/2013

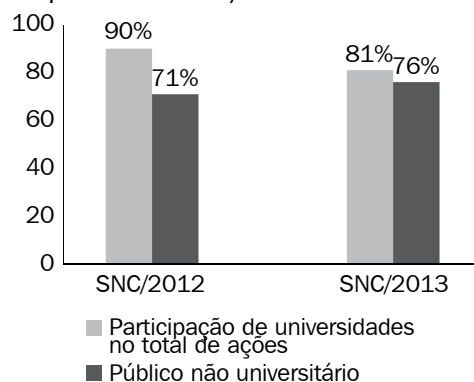
Na análise do público participante, trabalhamos com quatro categorias: a) público-geral; b) universitário (estudantes, funcionários e professores); c) escolar (ensino infantil, fundamental e médio); e d) especial (categoria representada por indivíduos de segmentos específicos da sociedade, como profissionais de edu-

cação e saúde, idosos, crianças, pais, pacientes de determinadas patologias e cuidadores).

Na SNC/2012, observamos que, apesar das universidades terem organizado de forma parcial ou total 90% das ações, 71% do público foi formado por não universitários, indicando, já naquele ano, o êxito dos esforços de popularização do conhecimento científico.

Na SNC/2013, o percentual de ações parcial ou totalmente organizadas pelas universidades reduziu-se para 81% e o índice do público não universitário elevou-se para 76%. Assim, fortaleceu-se a popularização do público, fato que pode estar relacionado ao aumento do número de instâncias não universitárias no rol de entidades promotoras da SNC (Figura 6).

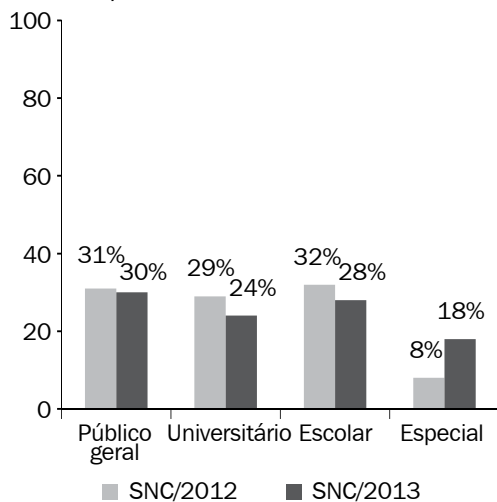
Figura 6 - Participações de universidades x e público não universitário: comparativo 2012/2013.



O quadro geral de participação relativa do público na SNC/2013 indica os seguintes resultados: público-geral (30%), escolar (28%), universitário (24%) e especial (18%) (Figura 7). Na comparação com os dados da SNC/2012, verificamos reduções nos índices de participação dos públicos: geral (de 31% para 30%), escolar (de 32% para 28%) e universitário (de 29% para 24%). Mas o dado

mais relevante foi o aumento de 10% no número de iniciativas direcionadas ao público especial (de 8% para 18%). Mais uma vez repetimos que tais dados devem ser analisados com cuidado, pois, em termos absolutos, todos os públicos aumentaram sua participação com relação ao ano anterior.

Figura 7 - O público da SNC: comparativo 2012/2013.



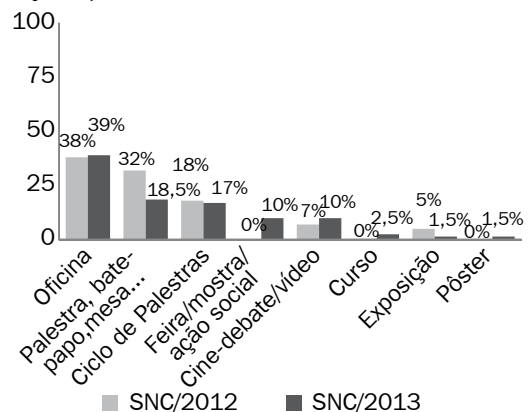
Tipos de atividades realizadas

Na SNC/2012, verificamos a adoção de modelos facilitadores do entendimento e participação do público, mesmo em atividades a princípio pouco interativas, como palestras, filmes/vídeos e exposições. As iniciativas foram enquadradas em cinco categorias, indicadas a seguir com os respectivos percentuais de participação: oficina (38%); palestra/conferência/bate-papo/mesa-redonda (32%); ciclo de palestra (18%); cine-debate/vídeo (7%); e exposição (5%).

Na análise comparativa SNC/2013 x SNC/2012, as oficinas foram novamente o principal modelo de ação, observando-se uma pequena elevação de seu índice

percentual (de 38% para 39%). Palestras/conferências/bate-papos/mesas-redondas foram o segundo modelo de ação mais adotado, apesar da redução em sua participação (de 32% para 18,5%), seguido pelos ciclos de palestras, que apresentaram apenas uma pequena redução (de 18% para 17%), pelas feiras/mostras/ações sociais, modelo que apresentou o aumento mais expressivo (de 0% para 10%) e pelos cines-debate/vídeos, com aumento digno de nota (de 7% para 10%). Com índices menores: cursos (de 0% para 2,5%), pôsteres (de 0% para 1,5%) e exposições (de 5% para 1,5%) (Figura 8).

Figura 8 - Natureza das atividades: comparativo 2012/2013 (% do total de ações).



Ao focarmos nas categorias que apresentaram as maiores variações percentuais entre 2012 e 2013, palestra/conferência/bate-papo/mesa-redonda com decréscimo de 13,5%, e feira/mostra/ação social, com acréscimo de 10%, notamos que a opção por formatos interativos se tornou ainda mais evidente na SNC/2013.

Além disso, as feiras, mostras e ações sociais se caracterizaram por formatos complexos, agrupando ações

variadas num mesmo evento. Se as atividades realizadas nesses eventos fossem desmembradas, teríamos um efeito multiplicador e a SNC/2013 totalizaria um número de ações bastante superior às 129 documentadas neste artigo.

Um bom exemplo de atividade no formato feira/mostra/ação social foi o evento “S.O.S: O Cérebro na Praça”, organizado em Praça Pública na cidade de Ribeirão Preto. Nele, múltiplas ações constaram na Programação (contabilizadas como uma única ação, ainda que de caráter múltiplo), desde exposição de peças de Anatomia Normais e Patológicas e Discussão com alunos da Liga de Neuro da FMRP, Oficinas de Arte para Crianças, “Brainfitti” com Artistas de Rua desenhando publicamente cérebros, Bate-Papos com especialistas, entre outras atividades.

Em recente entrevista feita pela Dana Foundation, durante a BAW 2014, Norberto Garcia-Cairasco (vide URL na bibliografia), partner da BAW, destacou a importância dessa atividade plural feita na sua primeira versão no contexto da SNC/2013 e com total suporte da SBNeC.

Conclusão

1. Liderança na América Latina

O Brasil se reafirma como liderança de popularização das neurociências junto à *Brain Awareness Week*. A crescente abrangência da SNC indica que ela já estaria entre as maiores e mais articuladas campanhas de divulgação científica do país. De fato, em 2013 a SNC celebrou 13% das atividades da BAW.

2. Crescimento dos resultados da campanha

A SNC/2013 superou os já notáveis resultados da SNC/2012. Além de ter quase triplicado o número de iniciativas em relação ao ano anterior (de 44 para 129), a SNC/2013 destacou a modalidade de feira/mostra/ação social, ampliando a participação do público por atividades interativas e externas aos “muros” das universidades e instituições científicas.

3. Maior distribuição das ações pelo território nacional

Se 2012 foi o primeiro ano em que a SNC alcançou abrangência nacional, 2013 melhorou a distribuição. A região Nordeste passou a integrar o rol de regiões líderes em número de participações, do qual já faziam parte o Sul e o Sudeste do país. A região Norte elevou seus percentuais de atuação, e a região Centro-Oeste também passou a contribuir. Nossos dados justificam e motivam investimentos para uma maior participação das regiões Norte e Centro-Oeste em edições futuras da SNC.

4. Cresce a heterogeneidade das instituições envolvidas

As universidades figuraram como as principais instituições organizadoras. No entanto, esta edição encerra-se com exemplos mais expressivos de parcerias com outras instituições/organizações públicas e privadas não universitárias, assim como o envolvimento de instâncias não acadêmicas já presentes e bem sucedidas na SNC/2012.

5. Cresce a heterogeneidade do público-alvo

A maioria expressiva do público contemplado na SNC/2013, 76% do total, encaixou-se na categoria de público não-acadêmico (somatório dos públicos geral, escolar e especial). Isto reforça o compromisso da comunidade científica com a popularização do conhecimento científico.

6. Maior divulgação por mídias especializadas e grande mídia

Tais resultados devem-se ao esforço de um grande número de instituições públicas e privadas, e à iniciativa de pesquisadores, professores, alunos de graduação e pós-graduação, além de outros colaboradores. Destacamos os esforços contínuos da diretoria da SBNeC e dos coordenadores da SNC visando à melhoria quantitativa e qualitativa da Semana Nacional do Cérebro. Para tanto, além da produção de eventos em si, têm sido priorizados: o desenvolvimento de canais próprios de divulgação, a produção de artigos, pôsteres e vídeos, e a criação de espaços de diálogo entre os organizadores da SNC.

Entre os principais canais de divulgação, citamos: coNeCte, blog da SBNeC [17]; site da SNC [18]; blog Anatomia das Paixões [19], Semana Nacional do Cérebro no facebook [20], site da Semana do Cérebro em Natal [21], site do PPGN - ICBS/UFRGS [22], site do IEA da USP/polo Ribeirão Preto [23], Psicobiologia Unifesp no facebook [24], blog da Liga Acadêmica Paraense de Neurociências [25].

Quanto à produção de artigos e posters, alguns exemplo são o próprio artigo “Resultados da Campanha da I Semana Nacional do Cérebro [26], a apresentação Prezi SNC/2012 [27] e os trabalhos de comunicação científica apresentados no Congresso da FeSBE 2012-resumo [28], no Congresso da SBNeC 2013 [29], vide resumo [30], e no Neuroscience 2013 [31], Congresso da Society for Neuroscience (SfN), vide resumo [32]. Entre os vídeos: Semana Nacional do Cérebro 2013 [33], O Cérebro na Praça I (Ribeirão Preto) [34], O Cérebro na Praça II (Ribeirão Preto) [35], Semana do Cérebro (UFRN) [36].

Devemos citar também algumas notícias sobre a SNC veiculadas em importantes canais de comunicação: TV Brasil [37], jornais O Globo [38], Extra online [39], Jornal da Ciência [40] e Dana Foundation Blog [41].

Por fim, destacamos a importância da sessão especial de pôsteres, realizada em setembro de 2013 durante a XXXVII Reunião da SBNeC (UFMG) [42], que se tornou o principal espaço de debate entre os organizadores da SNC, projetando ações cada vez mais integradas para o bem da divulgação científica.

Metas para edições futuras:

1. Elevar o índice de participação de não capitais, priorizando o aporte de conhecimentos em áreas relativamente isoladas das discussões e atualizações da ciência.
2. Tornar mais homogênea a distribuição das ações pelas regiões brasileiras.
3. Ampliar o espaço da divulgação neurocientífica em simpósios e congressos nacionais.
4. Idem para a participação deste tipo de produção em simpósios e congressos

internacionais, incluindo a própria reunião internacional da *Society for Neuroscience*.

6. Ampliar a formação de pessoal treinado em divulgação científica, identificando e apoiando talentos naturais, ao passo que reconhecendo, no âmbito de nossas academias, o selo de excelência para esta frente de produção e pesquisa.

Referências

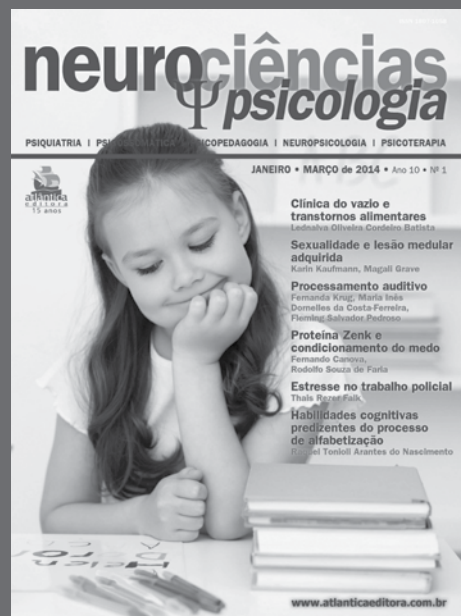
1. Brain Awareness Week. Disponível em URL: <http://www.dana.org/BAW/>
2. Dana Alliance for Brain Initiatives. Disponível em URL: <http://www.dana.org/>
3. European Dana Alliance for the Brain. Disponível em URL: <http://www.dana.org/about/DABI/>
4. Site da Semana Nacional do Cérebro. Disponível em URL: <http://semanadocerebro.wordpress.com/>
5. Sociedade Brasileira de Neurociências e Comportamento SBNeC. Disponível em URL: <http://www.sbnec.org.br/site/>
6. Rio SfN Chapter. Disponível em URL: <http://riosfnchapter.blogspot.com.br>
7. Informações sobre a SNC 2013 no CoNeCte, blogue da Sociedade Brasileira de Neurociências e Comportamento. Disponível em URL: <http://blog.sbnec.org.br/category/semana-nacional-do-cerebro/>
8. Semana do Cérebro 2010 - Rio de Janeiro - Organização Ciências e Cognição. Disponível em URL: <http://www.cerebronosso.bio.br/eventos-e-annuncios/2010/2/24/i-semana-do-cerebro-uma-neuraventura-sensorial.html>
9. Semana do Cérebro 2011 - SBNeC. Disponível em URL: <http://semanadocerebro.wordpress.com/agenda-de-atividades/>
10. Informações sobre a SNC 2012 no CoNeCte, blogue da Sociedade Brasileira de Neurociências e Comportamento. Disponível em URL: <http://blog.sbnec.org.br/2012/02/i-semana-nacional-do-cerebro/>
11. SNC 2012 - agenda de atividades. Disponível em URL: <http://semanadocerebro.wordpress.com/agenda/agenda-2012/>
12. Pará, Goiás, Bahia, Pernambuco, Paraíba, Maranhão, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo.
13. Semana Nacional do Cérebro. Disponível em URL: <http://semanadocerebro.wordpress.com/>
14. Informações da SNC/2013 na plataforma prezi. Disponível em URL: <http://prezi.com/dj-xvvpid3py/semana-nacional-do-cerebro-2013/>
15. Cidades participantes da SNC/2013: Belém (PA), Ananindeua (PA), Goiânia (GO), Quirinópolis (GO), Natal (RN), São Luís (MA), João Pessoa (PB), Patos (PB), Recife (PE), Ilhéus (BA), São Paulo (SP), Ribeirão Preto (SP), Santo André (SP), Rio de Janeiro (RJ), Niterói (RJ), Belo Horizonte (MG), Porto Alegre (RS), Uruguaiana (RS), Rio Grande (RS), Marau (RS), Bandeirantes (PR), Maringá (PR), Paranaguá (PR) e Florianópolis (SC).
16. As instituições escolares (públicas e privadas) foram incluídas na categoria organizações e instituições não universitárias.
17. Chamada para SNC/2013 no CoNeCte, blogue da Sociedade Brasileira de Neurociências e Comportamento. Disponível em URL: <http://blog.sbnec.org.br/2013/02/ii-semana-nacional-do-cerebro-o-desafio-da-divulgacao-cientifica-de-11-a-17-de-marco-2/>
18. Site da Semana Nacional do Cérebro. Disponível em URL: <http://semanadocerebro.wordpress.com/>

19. Blog do grupo Anatomia das Paixões, coordenado pela prof^a Maira Fróes. Disponível em URL: <http://anatomiadaspaixo.es.blogspot.com.br/>
20. Semana Nacional do Cérebro no facebook. Disponível em URL: <https://pt-br.facebook.com/semanadocerebro>
21. Semana do Cérebro 2013 em Natal. Disponível em URL: <http://www.semanadocerebro.com.br/>
22. Site do Programa de Pós-graduação em Neurociências do Instituto de Ciências Básicas da Saúde/UFRGS: Disponível em URL: http://www.ufrgs.br/ppgneuro/index.php?option=com_content&view=article&id=65:ii-semana-nacional-do-cerebro-o-desafio-da-divulgacao-cientifica-de-11-a-17-de-marco&catid=4:informes&Itemid=30
23. Site do Instituto de Estudos Avançados da USP/polo Ribeirão Preto. Disponível em URL: <http://iearp.blogspot.com.br/2013/03/semana-do-cerebro.html>
24. Semana do Cérebro Psicobiologia Unifesp no facebook. Disponível em URL: <https://pt-br.facebook.com/pages/Semana-do-C%C3%A9rebro-Psicobiologia-Unifesp/430324490378174>.
25. Blog da Liga Acadêmica Paraense de Neurociências: <http://neuroligapa.wordpress.com/tag/ii-semana-nacional-do-cerebro/>
26. Buck CHB, Garcia-Cairasco N, Quillfeldt J, Hedin-Pereira C, Fróes MM. Resultados da Campanha da I Semana Nacional do Cérebro. *Neurociências* 2012;8:4-11. Disponível em URL: <http://blog.sbne.org.br/wp-content/uploads/2013/02/artigo-1-Neurociencias-v8n1-Maira-Monteiro-Froes.pdf>
27. Apresentação Prezi com resultados da SNC/2012. Disponível em URL: <http://prezi.com/wk9chxwzpi2g/semana-nacional-do-cerebro-2012/>
28. Buck CHB, Garcia-Cairasco N, Quillfeldt J, Hedin-Pereira C, Fróes MM. I Semana Nacional do Cérebro. In: FESBE 2012, 2012, Águas de Lindóia MG. Anais da XXVII Reunião Anual das Sociedades de Biologia Experimental, 2012. Resumo disponível em URL: http://www.adaltech.com.br/sigeventos/fesbexperimental/inscricao/mostra_resumo.asp?trald=1&insld=803
29. Site da XXXVII Reunião Anual da SBNeC. Disponível em URL: <http://www.sbne.org.br/congresso2013/>
30. Ruggiero RN, Buck CHB, Fernandes A, Bueno-Júnior LS, Pereira Jr A, Barros DM, Crespo-López ME, Mortari MR, Quillfeldt J, Hedin-Pereira C, Garcia-Cairasco N, Fróes MM. Semana Nacional do Cérebro 2013: um desafio coletivo. In: XXXVII Reunião Anual da SBNeC, 2013. Disponível em URL: http://www.automacaodeeventos.com.br/sigeventos/sbne2013/inscricao/mostra_resumo.asp?trald=1&insld=929
31. Site da *Society for Neuroscience*. Disponível em URL: <http://www.sfn.org/annual-meeting/neuroscience-2013>.
32. Buck CHB, Garcia-Cairasco N, Quillfeldt J, Hedin-Pereira C, Fróes MM. A National Campaign of Brain Awareness Week in Brazil. In: Neuroscience 2013, 2013, San Diego, California. Disponível em URL: http://www.sfn.org/~media/SfN/Documents/Annual%20Meeting/FinalProgram/FullAbstractPDFs/Theme_H_Posters.ashx (Resumo nº 25.02SU/NNN14).
33. Vídeo - "Semana Nacional do Cérebro 2013". Disponível em URL: <http://www.youtube.com/watch?v=49INzudoXog>.
34. Vídeo - "I Semana Nacional do Cérebro - SOS: O cérebro na Praça I". Disponível em URL: <http://www.youtube.com/watch?v=CSXuZ705Ue0>.
35. Vídeo - "II Semana Nacional do Cérebro - SOS: O cérebro na Praça II". Disponível em URL: <http://www.youtube.com/watch?v=yrZcOP-g5vl>.

36. Vídeo - "Semana do Cérebro 2013". Disponível em URL: <http://www.youtube.com/watch?v=jgsOPjOhat8>.
37. Disponível em URL: <http://www.youtube.com/watch?v=ZgwyDkooFFM>.
38. Disponível em URL: <http://oglobo.globo.com/saude/evento-em-copacabana-promove-testes-para-estimular-cerebro-7808451>.
39. Disponível em URL: <http://extra.globo.com/noticias/educacao/vida-de-calouro/unirio-participa-da-ii-semanacional-do-cerebro-7806324.html>.
40. Disponível em URL: <http://www.jornaldaciencia.org.br/Detail.jsp?id=81572>
41. Disponível em URL: <http://danablog.org/2014/03/07/baw-partner-interview-norberto-garcia-cairasco-ph-d/>.
42. O registro de conteúdo da sessão especial de pôsteres da XXXVII Reunião da SBNeC estará disponível em breve na web.

neurociências Ψ psicologia

Mande seu artigo para
ser publicado na revista



artigos@atlanticaeditora.com.br