



USO DE AVATARES NA COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA: EXPERIÊNCIA NO INSTAGRAM ALINHADA AOS ODS 11, 13 e 15 DA AGENDA 2030

Camila Garcia Aguilera¹; Ana Paula Branco do Nascimento (Dra)²
Centro Universitário São Judas Tadeu – Campus Unimonte. E-mail:
camila.garcia.enzo.garcia@gmail.com
Universidade São Judas Tadeu -Campus Mooca. E-mail
prof.ananascimento@ulife.com.br

Resumo

Esta pesquisa analisou o uso de avatares digitais mediados por Inteligência Artificial (IA) como estratégia de comunicação científica e educação ambiental no Instagram. Foram produzidos e publicados 19 vídeos curtos entre junho e outubro de 2025, abordando Soluções Baseadas na Natureza (SBN), mudanças climáticas e práticas sustentáveis no contexto urbano. A metodologia incluiu revisão bibliográfica, elaboração de roteiros com auxílio de IA generativa, produção audiovisual com avatar representativo e análise das métricas de engajamento. Os resultados indicam média de 109 visualizações por vídeo e maior interação quando o avatar esteve associado à linguagem visual direta e emotiva. Constatou-se que a mediação audiovisual sintética favorece a visualização de conteúdos ambientais complexos, aproximando o público de temas científicos. Conclui-se que o Instagram, enquanto ambiente pedagógico complementar, pode potencializar ações de sensibilização ambiental, contribuindo para os ODS 11, 13 e 15.

Palavras-chave: Comunicação científica, Educação ambiental, Avatares digitais.



Introdução

As redes sociais digitais transformaram os modos de produção e circulação da informação científica, consolidando o Instagram como espaço para processos educativos contemporâneos (ABRAHÃO, 2024). A predominância da linguagem visual, somada ao consumo acelerado de conteúdos curtos, favorece a aproximação de temas complexos e públicos diversos, sobretudo quando há curadoria pedagógica (SILVA; GOUVEIA, 2021).

No campo da educação ambiental, essa dinâmica pode contribuir para a construção de percepções mais sensíveis sobre a crise climática. Assim, pode facilitar a compreensão de conceitos e incentivar práticas cotidianas de sustentabilidade (BEZERRA; SILVA, 2021; MEDEIROS, 2021).

A mediação por avatares digitais mediada por Inteligência Artificial (IA) surge, nesse contexto, como recurso capaz de intensificar a identificação do público com o conteúdo, por promover uma mediação afetiva e acessível, favorecendo a construção de vínculos comunicacionais (FERNANDES-MARCOS et al., 2020). Além disso, a representatividade e a adequação linguística nos materiais educativos contribuem para a democratização do conhecimento, aspecto reforçado por estudos sobre comunicação pública da ciência no Brasil (MASSARANI; MOREIRA, 2018).

Ao articular divulgação científica e educação ambiental crítica (LOUREIRO, 2019), este estudo buscou investigar como vídeos curtos apresentados por avatar digital, publicados no Instagram, podem contribuir para a sensibilização socioambiental alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 11, 13 e 15.



Metodologia

A pesquisa foi desenvolvida em quatro etapas complementares, articulando revisão de artigos científicos, elaboração de conteúdos, produção audiovisual mediada por IA e análise de engajamento no Instagram.

Primeiramente, realizou-se uma revisão bibliográfica em artigos de acesso aberto relacionados à divulgação científica, educação ambiental crítica e comunicação digital. A seleção buscou assegurar fundamentação conceitual e coerência pedagógica na construção dos conteúdos.

Em seguida, procedeu-se à elaboração dos roteiros dos vídeos. Os textos foram produzidos com o apoio de ferramenta de IA generativa, orientada por comandos que direcionavam o tom de linguagem, o foco narrativo e o enquadramento pedagógico. A etapa de revisão humana foi fundamental para garantir adequação conceitual e clareza comunicativa, reforçando o entendimento de que tecnologias digitais devem atuar como apoio e não substituição do trabalho intelectual (ANDERSON; RAINIE, 2023).

A terceira etapa consistiu na produção audiovisual, utilizando plataforma de criação de avatares digitais. A escolha de um avatar representativo buscou favorecer identificação e engajamento, com base na literatura que aponta o potencial dos avatares como mediadores afetivos e facilitadores de processos de aprendizagem em ambientes digitais (FERNANDES-MARCOS et al., 2020). Elementos visuais simbólicos, como cenários naturais e iconografias ambientais, foram acrescentados à edição, seguindo recomendações de Trench (2012) para reforço da mensagem científica em conteúdos audiovisuais.

Por fim, os vídeos foram publicados no perfil @ods.sustentabilidade, no Instagram, e suas métricas foram acompanhadas semanalmente. A análise considerou visualizações, curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos, relacionando dados quantitativos ao contexto de recepção e à qualidade da mediação comunicativa. A interpretação dos resultados dialogou



com a perspectiva de engajamento informacional como fenômeno multidimensional, influenciado pela clareza da narrativa, pelo vínculo afetivo e pela estética da apresentação (SILVA; GOUVEIA, 2021).

Essa metodologia permitiu explorar a plataforma não apenas como meio de divulgação, mas como espaço de aprendizagem complementar, alinhado às potencialidades educativas das redes sociais discutidas por Bezerra e Silva (2021) e Medeiros (2021).

Resultados e Discussão

A análise das métricas coletadas ao longo do período de publicação evidenciou que os 19 vídeos alcançaram média de 109 visualizações por postagem, acompanhadas de 8,8 curtidas, cerca de 2 a 3 compartilhamentos e presença moderada de comentários e salvamentos. Esses resultados são coerentes com pesquisas que identificam o Instagram como um espaço de circulação informacional marcado pela atenção fragmentada e engajamento influenciado pela atratividade visual e pela capacidade de síntese narrativa (SILVA; GOUVEIA, 2021).

Observou-se que os vídeos que apresentavam o avatar de forma mais expressiva, especialmente quando associado a elementos visuais emotivos e linguagem direta, registraram os maiores índices de interação. Esse comportamento dialoga com Fernandes-Marcos et al. (2020), que destacam o papel dos avatares como mediadores afetivos, capazes de reduzir a distância comunicacional entre o conteúdo e o público, favorecendo identificação e permanência na mensagem.

Temas relacionados diretamente ao cotidiano urbano, como telhados verdes, cidades-esponja e o papel do solo no armazenamento de carbono, também apresentaram picos de visualização. Essa recorrência confirma que o engajamento aumenta quando o conteúdo se conecta a problemas perceptíveis



no ambiente imediato do espectador, reforçando a perspectiva da Educação Ambiental Crítica, que defende a construção de sentido a partir da realidade vivida (LOUREIRO, 2019).

Além disso, a análise qualitativa das interações demonstrou que parte do público passou a comentar exemplos pessoais, dúvidas e experiências relacionadas às práticas de sustentabilidade discutidas. Esse movimento sugere que a plataforma funcionou não apenas como meio de transmissão de informação, mas como espaço dialógico, alinhado ao entendimento de educação ambiental como processo coletivo e formativo (BEZERRA; SILVA, 2021; MEDEIROS, 2021).

Do ponto de vista da comunicação da ciência, constatou-se que a combinação entre clareza narrativa, estética visual planejada e representatividade simbólica amplia a capacidade de circulação do conteúdo, corroborando o argumento de Massarani e Moreira (2018) de que a eficácia da divulgação científica depende da forma como o conhecimento é mediado, e não apenas de sua precisão conceitual.

Conclusões

Os resultados indicam que a mediação audiovisual por avatar digital contribuiu para aproximar conceitos ambientais complexos do público em geral, fortalecendo processos de sensibilização e reforçando o potencial do Instagram como ambiente educativo complementar.,

Assim, o Instagram atua como espaço pedagógico complementar, sobretudo quando a divulgação do conhecimento está articulada à intencionalidade formativa e ao uso consciente dos recursos audiovisuais. A experiência demonstra que estratégias digitais podem contribuir para comunicar divulgar e sensibilizar seguidores na redesocialdo Instagram.



Referências

- ABRAHÃO, Felipe Janasi. **Educação Ambiental no Instagram: conteúdos disseminados, alcance e engajamento de perfis sobre a temática.** Jaboticabal: UNESP, 2024.
- ANDERSON, J.; RAINIE, L.. **The Impact of Artificial Intelligence on Information Access and Communication.** Pew Research Center, 2023.
- BEZERRA, Luiz Octávio Antunes; SILVA, Luana Viana Costa e. **Avaliação do uso do Instagram como ferramenta de Educação Ambiental.** Encontros Universitários da UFC – Crateús, 2021.
- FERNANDES-MARCOS, Adérito et al. **Os avatares Maria e João: tutores virtuais na plataforma e-learning da Universidade Aberta.** Lisboa: Universidade Aberta, 2020.
- LOUREIRO, Carlos Frederico B. **Educação Ambiental Crítica: diálogo entre a teoria e a prática.** 3. ed. São Paulo: Cortez, 2019.
- MASSARANI, L.; MOREIRA, I. C. A **Comunicação Pública da Ciência no Brasil: Desafios e Perspectivas.** Rio de Janeiro: Fiocruz, 2018.
- MEDEIROS, Vaneria Maria Pinheiro. **Instagram como recurso didático no estímulo da discussão sobre o Meio Ambiente local.** VIII ENEBIO, 2021.
- SILVA, Ilaydiany Oliveira da; GOUVEIA, Fábio Castro. **Engajamento informacional nas redes sociais: como calcular?** Revista AtoZ, v. 10, n. 1, 2021.
- TRENCH, B. **Science Communication and the Web: Strategies for Public Engagement.** Routledge, 2012.