



COMO SERÁ O
AMANHÃ?

13º ENCONTRO DE DIVULGAÇÃO DE CIÊNCIA E CULTURAL



MODELO ROXO – RELATO DE EXPERIÊNCIA

Uso de inteligência artificial na divulgação científica: limites e oportunidades na criação da mascote Maria Clot

Dimíttria de Faria Coutinho¹
Lilian Juliana Martins²

Este trabalho apresenta o relato de experiência da criação de Maria Clot, mascote virtual do Centro de Doenças Tromboembólicas (CDT) do Hemocentro da Unicamp, concebida como estratégia de divulgação científica para ampliar o conhecimento da população sobre a prevenção da trombose (Martins; Coutinho, 2025). O relato visa discutir o uso de inteligência artificial na produção de conteúdos de divulgação científica.

O CDT, que integra o programa Centros de Ciência para o Desenvolvimento da FAPESP e sediado no Hemocentro da Unicamp, desenvolve pesquisas voltadas ao aprimoramento do diagnóstico e do tratamento das doenças tromboembólicas. Paralelamente, desempenha um papel ativo na divulgação científica, promovendo o acesso da população a informações confiáveis e baseadas em evidências sobre essas condições de saúde.

Diante do forte pilar educacional do CDT, foi criada a personagem Maria Clot, que marca presença nas redes sociais. Inspirada na personagem Penélope, a jornalista do programa Castelo Rá-Tim-Bum - exibido na TV Cultura originalmente entre 1994 e 1997 - a mascote foi criada no início de 2025 como uma repórter que divulga informações acerca da trombose. Outra forte referência foi o Zé Gotinha, mascote da vacinação que carrega a afeição do público (Almeida, 2022).

A narrativa desenvolvida para Maria Clot é a de uma jovem mulher que já teve a doença na adolescência, por conta do uso de anticoncepcionais, e que agora visa conscientizar outras pessoas, para que não passem pelo mesmo. Seu apelido Clot vem do inglês *clot*, traduzido como coágulo ou trombo, conglomerado de células capaz de originar uma trombose. Apesar de ter sido uma paciente de trombose, Clot teria esse apelido antes mesmo da doença – sua mãe, médica, teria dado o nome por conta do seu carisma, capaz de aglutinar pessoas em seu entorno. Maria Clot é, portanto, uma jovem mulher sociável, simpática e comunicativa.

Inicialmente interpretada pela atriz Marta Rezende, a personagem ganhou uma versão digital no segundo semestre de 2025, com auxílio da ferramenta de Inteligência Artificial (IA) generativa *Gemini*, do Google.

¹ Jornalista formada pela Universidade de São Paulo (USP) e especialista em jornalismo científico pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). E-mail: dimitria.faria@gmail.com

² Pós-Doutoranda em Gestão da Pesquisa - Gestão de Educação e Difusão de Conhecimento pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Doutora em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (Unesp). E-mail: lilianj@unicamp.br



Antes de se tornar uma personagem criada por um software de inteligência artificial, Maria Clot teve duas versões virtuais criadas por artistas.

Embora funcionassem muito bem em materiais estáticos de divulgação, as versões tinham uma limitação importante para o projeto proposto de divulgação científica: não acompanhavam os anseios da equipe de ganhar espaço nas redes sociais, o que exige constância nas publicações. Produzir animações sem o auxílio de inteligência artificial se mostrou bastante custoso e demorado, características não condizentes com a demanda ágil das plataformas digitais e com o orçamento do projeto.

Diante disso, a equipe de comunicação e educação do CDT optou pela criação de uma versão 3D da Maria Clot, produzida por inteligência artificial. Respalda esta escolha a constatação que a IA generativa é uma solução escalável no desenvolvimento de conteúdos com diferentes cenários em curto espaço de tempo (Jintapitak, 2026).

As características da mascote seguem regras de design que resultam em avaliações positivas, ajudando a consolidar o apelo visual e a aceitação do personagem (Ito; Yamashita, 2014).

A decisão incluiu diversos desafios: técnicos, éticos, institucionais e jurídicos. O aspecto ético foi o mais debatido pela equipe do CDT, gerando diversas preocupações.

Atualmente, algumas premissas são adotadas para garantir a qualidade do conteúdo, ainda que este conte com o apoio da IA generativa. Todos os roteiros de vídeos envolvendo a personagem Maria Clot são criados pela equipe de comunicação e educação do CDT, sempre levando em consideração técnicas adequadas de divulgação científica e comunicação digital. A inteligência artificial serve, portanto, apenas para garantir a produção gráfica dos conteúdos, mas não é utilizada para criá-los, garantindo assim a qualidade e o rigor tanto científicos quanto comunicacionais.

A criação da Maria Clot evidencia o potencial da inteligência artificial generativa como ferramenta de apoio à divulgação científica, contribuindo para transformar temas complexos e frequentemente cercados por estigmas, como a trombose, em conteúdos mais acessíveis e próximos do público. O uso de ferramentas de IA possibilitou uma produção ágil e escalável, reduzindo limitações de tempo e custo associadas às técnicas tradicionais de animação e adequando-se à dinâmica das redes sociais.

A experiência também demonstra que a incorporação dessas tecnologias deve ocorrer por meio de uma abordagem centrada no ser humano, na qual a IA atua como suporte à criatividade e à produção de conteúdo. Os desafios técnicos relacionados à continuidade visual da personagem e à sincronização das animações, somados às questões éticas envolvendo a confiabilidade das informações e os direitos autorais, demandam supervisão humana permanente. No CDT, o rigor científico é assegurado pela validação de todos os roteiros por uma equipe técnica especializada, minimizando o risco de informações incorretas e garantindo a qualidade da comunicação.



COMO SERÁ O
AMANHÃ?

13º ENCONTRO DE DIVULGAÇÃO DE CIÊNCIA E CULTURAL



Palavras-chave: divulgação científica; inteligência artificial; redes sociais; trombose; saúde

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernando dos Santos. Evolução e consolidação afetiva da marca Zé Gotinha nas campanhas publicitárias de vacinação. 2022. 105 p. Tese (Doutorado em Design) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2022

ITO, Sayaka; YAMASHITA, Toshiyuki. Applying rough set to analyze psychological effect of mascot character design. International Journal of Affective Engineering, v. 13, n. 3, p. 159-165, 2014.

JINTAPITAK, Manissaward. AI Augmented Mascot Design Workflow for Digital Learning Media with Collaborative Intelligence. Asian Health, Science and Technology Reports, v. 34, n. 1, p. 4519, 2026.

MARTINS, Lilian Juliana; COUTINHO, Dimíttria de Faria. Literacia em Saúde e Divulgação Científica: análise das estratégias para a difusão do conhecimento sobre doenças tromboembólicas no CDT da Unicamp. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 48., 2025, Vitória. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2025.