

Inteligência artificial para o bem social: diagnóstico de projetos desenvolvidos por instituições no Brasil¹

Tarcisio Torres Silva²

Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC-Campinas

Resumo

Este trabalho tem como objetivo mapear iniciativas de instituições brasileiras que utilizem a inteligência artificial para promover diversidade, equidade e inclusão (DEI) na sociedade. A metodologia inclui pesquisa bibliográfica sobre IA para o bem social, além de abordagens sobre diretrizes políticas, iniciativas e soluções tecnológicas, tanto nacionais quanto estrangeiras. Contempla ainda análise qualitativa dos dados disponíveis (informações em sites e plataformas, notícias e mensuração de impactos identificados), contato com os realizadores dos projetos e a produção de podcast de entrevistas com os realizadores. Os resultados mostram atores diversificados atuando neste cenário, com motivações que se direcionam para o valor agregado às marcas, cumprimento de diretrizes ESG, oportunidades de mercado e atendimento de demandas sociais latentes.

Palavra-chave: inteligência artificial; DEI; impacto social; comunicação; Brasil.

IA para o bem social

Iniciativas globais que se preocupam com o uso da inteligência artificial para o bem comum têm alimentado as discussões do uso de tecnologias que gerem impacto positivo no mundo. Ainda que muitas preocupações tenham surgido sobre os efeitos nocivos da IA para o meio ambiente, os empregos, os processos de aprendizagem e o aumento das desigualdades econômicas globais, movimentações significativas têm aparecido no sentido inverso, ou seja, que busquem observar o potencial de transformação positiva da IA.

Em linhas gerais, essas iniciativas se alinham aos valores ESG (Environmental, Social and Governance), que dizem respeito às ações empresariais direcionadas ao meio ambiente, ao bem-estar social e à governança corporativa. Especificamente com relação aos impactos sociais da IA, observamos uma preocupação global que se relaciona às mudanças com impacto significativo nas carreiras, nos empregos e na vida como um todo das pessoas. Temas comuns são ética, justiça social e princípios norteadores de

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Artes Visuais. Professor pesquisador da Escola de Linguagem e Comunicação da PUC-Campinas. E-mail: tarcisio.silva@puc-campinas.edu.br.

diversidade, equidade e inclusão (DEI), além de aplicações com efeitos positivos das tecnologias.

Metodologia

A abordagem de um campo em pleno desenvolvimento requer um aprofundamento sobre as relações entre IA e desenvolvimento social. Para tanto, realizamos um levantamento bibliográfico que trata das preocupações nacionais globais em torno do assunto, como em Costa Júnior et al. (2024) e Roshanaei (2024); políticas públicas que vêm sendo desenvolvidas (Foffano; Scantamburlo e Cortés, 2023), assim como análises de ferramentas de IA em prol da DEI (van Esch; Cui e Heilgenberg, 2024).

O mapeamento em si acontece por meio de buscas direcionadas de notícias sobre os projetos em veículos de comunicação, pesquisa em canais de redes de inovação e colaboração. Em seguida, empregaremos a análise qualitativa dessas iniciativas que se estabelece a partir da coleta de informações nos canais de comunicação oficiais, seguido por notícias publicadas na mídia e, sempre que possível e viabilizado, convite para os responsáveis participarem do podcast (Aliados Podcast³) a fim de compreender melhor os objetivos dos projetos, entidades envolvidas, fomento e tecnologias aplicadas.

Mapeando investimentos sociais em IA

Durante o nosso monitoramento, identificamos que as iniciativas fazem parte de um contexto estratégico mais amplo que envolve *big techs*, empresas brasileiras, startups, governo e organizações do terceiro setor. Dentro desse contexto, mapeamos, ao longo de 2024, mais de 30 ações brasileiras que envolvem parcerias público-privadas, estratégias de comunicação, ferramentas disponíveis para os stakeholders e modelos de negócios de startups.

O estudo inicial mostrou que as iniciativas têm proposições bastante diversificadas, ainda que sejam relativamente comuns iniciativas público-privadas e projetos de startups. A pesquisa qualitativa em andamento tem nos apontado que em geral elas atendem demandas latentes da sociedade por DEI e a IA vem tanto como estratégia de inovação dos projetos como aprimoramento de soluções já existentes. Até o momento, notamos que as iniciativas são mais impulsionadas pelo setor privado, com motivações

³ <https://open.spotify.com/show/5drgIt45ADMIf4QfYv377>

que se direcionam para o valor agregado às marcas, cumprimento de diretrizes ESG e oportunidades de mercado. No que tange ao poder público, este aparece como um agente estratégico, tanto do ponto de vista do financiamento como também da implantação das tecnologias de IA nos serviços à população. Entre as tecnologias mais utilizadas estão chatbots treinados para responder a demandas específicas, PLN (processamento de linguagem natural) dentro de plataformas com objetivos específicos, tradutores, visão computacional e IA generativa.

Esses primeiros apontamentos indicam que existe um campo a ser mais bem explorado para que se compreenda o cenário em que se desenham iniciativas de IA para o bem social no Brasil.

Referências

COSTA JÚNIOR, J. F. et al. A inteligência artificial como ferramenta de apoio à inclusão. **Cuadernos de Educación y Desarrollo**, v. 16, n. 4, p. e4076, 2024. DOI: 10.55905/cuadv16n4-161. Disponível em: <https://ojs.europubpublications.com/ojs/index.php/ced/article/view/4076>. Acesso em: 28 ago. 2024.

FOFFANO, F., SCANTAMBURLO, T. & CORTÉS, A. Investing in AI for social good: an analysis of European national strategies. **AI & Soc**, 38, 479–500, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01445-8>. Acesso em 12 dez. 2024.

ROSHANAEI, M. Towards best practices for mitigating artificial intelligence implicit bias in shaping diversity, inclusion and equity in higher education. **Educ Inf Technol**, 2024. Disponível: <https://doi.org/10.1007/s10639-024-12605-2>. Acesso em 12 ago. 2024.

VAN ESCH, P., CUI, Y. e HEILGENBERG, K. Using Artificial Intelligence (AI) to Implement Diversity, Equity and Inclusion (DEI) into Marketing Materials: The ‘CONSIDER’ Framework. **Australasian Marketing Journal**, 32(3), p. 250-262, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/14413582241244504>. Acesso em 11 nov. 2024.