

A produção de podcast como suporte na compreensão dos investimentos em inteligência artificial para o bem social no Brasil¹

Lara Morelato Gallo²

Tarcisio Torres Silva³

Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC - Campinas

Resumo

Este trabalho apresenta as etapas de criação do podcast Aliados, que tem como temática principal a utilização de inteligência artificial em projetos voltados para o bem-estar social. Inicialmente, descrevemos a pesquisa que deu origem ao podcast. Em seguida, elencamos as etapas envolvidas em sua produção, assim como suas relações com a graduação e a extensão. Falamos ainda sobre os públicos envolvidos e o conteúdo dos episódios publicados. Nas considerações finais, apontamos os resultados alcançados e a importância da difusão de informações sobre tecnologia para o público não especializado.

Palavra-chave: Podcast; Inteligência Artificial; Jornalismo; Cidadania; Comunicação.

Introdução

No mundo contemporâneo, testemunhamos uma revolução sem precedentes na forma como as informações são geradas, distribuídas e consumidas. A ascensão da internet e das mídias digitais democratizou a produção de conteúdo, permitindo que vozes antes marginalizadas encontrem um público vasto e global. Nesse cenário de proliferação de plataformas e formatos, o podcast emerge como um dos veículos mais dinâmicos e acessíveis, capaz de aprofundar discussões e construir comunidades em torno de temas específicos. Sua flexibilidade e a intimidade que estabelece com o ouvinte o tornam uma ferramenta poderosa para a disseminação de conhecimento.

A consolidação dos podcasts como ferramenta de comunicação e disseminação de conhecimento está intrinsecamente ligada às transformações ocorridas no ecossistema midiático digital. Conforme aponta Berry (2006), os podcasts são considerados uma mídia resultante da convergência que une áudio, infraestrutura web e dispositivos portáteis de mídia. Essa definição destaca não apenas a dimensão técnica da produção

¹ Trabalho apresentado na IJ07 – Comunicação e Cidadania, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 3º Semestre, do Curso de Jornalismo da Escola de Linguagem e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC - Campinas, e-mail: lara.mg1@puccampinas.edu.br.

³ Professor pesquisador da Escola de Linguagem e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC - Campinas, email: tarcisio.silva@puc-campinas.edu.br

sonora, mas também sua inserção em um contexto de mobilidade e acessibilidade, no qual o conteúdo sonoro passa a circular em múltiplas plataformas e dispositivos, alcançando públicos diversos em tempos e espaços.

No contexto de novas mídias em meios digitais, nos deparamos também com a popularização do termo “inteligência artificial” em função do lançamento de ferramentas de IA generativa no final de 2023. De lá para cá, o ritmo acelerado de seu desenvolvimento exige uma abordagem cuidadosa e ética, especialmente quando se busca direcionar seu potencial para o bem social. A criação de um podcast dedicado a explorar a interseção entre IA e impacto social positivo não apenas responde à necessidade de desmistificar essa tecnologia, mas também oferece um espaço para debater suas aplicações, desafios e oportunidades.

Neste trabalho, abordaremos as etapas de criação do podcast Aliados. Ele foi elaborado a partir do desenvolvimento do projeto “A comunicação de projetos corporativos de inclusão e equidade com utilização de inteligência artificial” sob coordenação do orientador desta proposta. O projeto foi um dos selecionados para receber o auxílio do Google por um ano no IV Congresso de Inteligência Artificial promovido pela PUC-SP e PUC-Campinas no final de 2023. Ao final, indicamos algumas das descobertas da pesquisa e como a produção do podcast tem funcionado como uma ferramenta importante para a disseminação do conhecimento adquirido no processo de investigação.

O podcast Aliados

O trabalho inicialmente pretendia analisar especificamente a comunicação de projetos de DEI (diversidade, equidade e inclusão) promovidos por empresas e ONGs com a utilização de IA. Durante o nosso mapeamento e ao longo do desenvolvimento da pesquisa, identificamos que as iniciativas fazem parte de um contexto estratégico mais amplo que envolvem *Big Techs*, empresas brasileiras, startups, governo e organizações do terceiro setor.

Dentro desse contexto, mapeamos, ao longo de 2024, e agora em 2025, ações brasileiras que envolvem parcerias público-privadas, estratégias de comunicação, ferramentas disponíveis para os stakeholders e modelos de negócios de startups. Ao todo, foram mais de 30 iniciativas selecionadas. 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 que está sendo executada tem nos apontado que, em geral, tais iniciativas 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 que se direcionam para o valor agregado às marcas, cumprimento de diretrizes ESG (meio ambiente, sociedade e governança) 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.

A partir da definição da pesquisa, ou seja, a identificação de projetos que utilizam a inteligência artificial para contribuir e impulsionar propostas de diversidade, equidade e inclusão na sociedade brasileira, iniciamos o processo de mapeamento de propostas inseridas nesse contexto.

Por meio de buscas realizadas pelo aplicativo de pesquisa Google, utilizamos palavras-chaves como: “iniciativas e IA”; “IA e sociedade”; “Startups sociais e tecnologia”; “Empresas, DE&I e IA”. Dessa maneira, conforme as primeiras iniciativas foram surgindo, o caminho para encontrar startups e empresas desse ramo foi facilitado. Além disso, ao encontrar matérias jornalísticas sobre tecnologias vinculadas às práticas de bem-estar social e cidadania, também nos deparamos com fontes promissoras, como por exemplo o nome de “Michela Galvão”, fundadora do Impacto Coletivo Hub e participante do quinto episódio do podcast. Identificamos o perfil do Hub a partir de reportagens realizadas com a empresa SEBRAE sobre o programa “Favela S/A”, um projeto sobre impulsionamento de empreendedorismo periférico no qual Michela participou.

Nessas condições, Martino (2015) aprova que presenciamos a internet como novo local de comunicação e sociabilidade que surge da interconexão mundial dos computadores ligados em uma rede. Tal atuação da tecnologia, se vislumbrada no âmbito social, pode ser compreendida como impulsionadora de materiais de comunicação e informação que atingem e influenciam o público real e que são compartilhados por meio dos algoritmos digitais. Sendo assim, as pesquisas desenvolvidas neste projeto não só fazem parte desse meio cibernético, como também condicionam esse ambiente.

Após a identificação de ações brasileiras da temática descrita, iniciamos o processo de contatação das mesmas, sendo esse momento essencial para que a produção do produto de áudio fosse colocada em prática. Por meio de releases em e-mails, estabelecemos o primeiro contato com as iniciativas, que com muita disposição, colaboraram e se envolveram com a proposta do podcast Aliados.

Seguindo a primeira comunicação entre os mapeados, realizamos entrevistas prévias com os futuros participantes de cada episódio do podcast. Essas entrevistas foram realizadas, em sua grande maioria, de maneira remota, utilizando os recursos disponíveis no Google Meet. Ademais, nessa etapa, crucial para o desenvolvimento dos roteiros a serem seguidos durante os episódios do podcast, realizamos o contato com os entrevistados a fim de melhor compreender a atuação dos projetos que estavam inseridos. Assim, delimitávamos os principais tópicos a serem seguidos e elaborados, de forma a obter o maior número de informações pertinentes sobre tal iniciativa em nossas gravações. Nas entrevistas prévias também são levantadas informações importantes para a pesquisa atrelada ao podcast, momento em que levantamos dados e outras informações relevantes para compor o mapeamento.

Por conseguinte, ocorreu o desenvolvimento dos roteiros da gravação, articulados a partir das reuniões online que realizamos. Tais documentos foram personalizados de acordo com cada entrevistado e nortearam o andamento de cada episódio.

Para a produção dos produtos de áudio, utilizamos de toda a estrutura disponível no Laboratório de Imagem e Som – Labis, da PUC-Campinas. Além da presença de um técnico de som, Márcio Claver, que nos deu a assistência necessária durante e após as captações sonoras. Participam do projeto o professor Tarcisio Torres Silva, que coordena a pesquisa, Lara Gallo, estudante de Jornalismo, atuando na prospecção, roteiro e gravação, a profa. Juliana Doretto, que auxilia com indicações sobre a linguagem do áudio, e Nicole Mesquisa, bolsista de iniciação científica e estudante de Publicidade e Propaganda, que faz as artes de divulgação para redes sociais.

A comunicação que estabelecemos entre a maioria dos convidados para a gravação do áudio aconteceu de maneira virtual, utilizando os recursos do Google Meet, mais uma vez. Desta maneira, nos conectávamos com os mesmos de dentro do estúdio de som, enquanto ambos os áudios eram captados e armazenados, para posteriormente serem editados.

Ainda que os entrevistados majoritariamente tenham participado de maneira virtual, dois deles puderam comparecer presencialmente ao estúdio, possibilitando um entrosamento e fluidez ainda melhor durante as gravações (Marcio Luz, do Ouvidor Digital e Vanderlei Almeida, da agência Audaz).

Feito isso, partimos para a edição, que apesar de simples, fornecia o formato e estrutura esperado para o trabalho prático final. Nesta montagem, adicionamos as vinhetas de introdução e fechamento, realizamos cortes necessários para fluidez de cada episódio e ainda incluímos sonoras externas de especialista sobre o tema debatido. Esse momento de edição técnica foi totalmente realizado pelo técnico de som, sob comando do professor coordenador e da assistente de pesquisa.

Após a repercussão da primeira temporada, desenvolvida no final do segundo semestre de 2024, fomos instigados a dar continuidade ao projeto, porém dessa vez, delimitando nossa temática a um outro tópico perene e sensível à sociedade, abordando questões sobre equidade racial. A partir desta demarcação, reiniciamos nosso processo de mapeamento de iniciativas, projetos e startups que impulsionavam o assunto a partir do uso de tecnologias.

Os resultados para o mapeamento surgiram de forma rápida e eficaz, e nessa condição, podemos observar o aumento do desenvolvimento e articulação de indivíduos em torno da temática proposta. Nesse sentido, os principais assuntos envolvidos nas startups e projetos que tivemos acesso dizem a respeito da inclusão sociorracial, empreendimento, carreira, visibilidade e discussão de gênero. Assim, para gravação dos episódios utilizamos a mesma metodologia envolvendo contatos online entre nós, os locutores do podcast e os entrevistados participantes da temporada.

O produto final do projeto vem sendo divulgado no perfil do Instagram do podcast (@aliados_podcast) e nas plataformas de áudio do mercado digital, como Spotify, com a finalidade de fomentar ouvintes interessados na proposta da pesquisa e na ampliação do conhecimento sobre investimentos em inteligência artificial para o bem social no país.



Logotipo do programa

@aliados_podcast

Resultados obtidos

Para a primeira temporada do podcast, que foi finalizada no segundo semestre de 2024, produzimos dez episódios. E atualmente, com o andamento da segunda temporada, estamos finalizando as gravações reunindo mais dez episódios, totalizando vinte episódios para o projeto. Os episódios são realizados com representantes das iniciativas mapeadas, e discutimos as ações e suas visões pessoais acerca do uso da IA para a promoção do bem social.

As participações nos podcasts são publicadas no servidor principal do Spotify e replicadas nas seguintes plataformas: Apple, Amazon, Deezer e Youtube, organizadas em temporadas de dez episódios cada, como detalhado anteriormente. Há menção ao nome dos participantes, assim como das iniciativas das quais fazem parte. O programa pode ser acessado através deste link⁴. Além disso, foi produzida uma matéria sobre sua produção e desenvolvimento do podcast Aliados, publicada pelo departamento de comunicação da PUC-Campinas (Após, 2025).

Os dez episódios que gravamos para a primeira temporada são os seguintes:

1. Por que é importante falar sobre IA para o bem social? (com o professor Tarcisio Torres Silva e Lara Gallo, assistente de pesquisa)
2. IA e as práticas de DEI (diversidade, equidade e inclusão) (com Natalia Públio e Heloísa Paula, da consultoria Mezcla Diversidade)
3. DEI, cultura inclusiva e mensuração de impacto em plataformas (com Sophia Prado, CEO do BCome)
4. IA, ética e transparência nas empresas (com Marcio Luz, diretor comercial do Ouvidor Digital)

⁴ <https://open.spotify.com/show/5drgIt45ADMIzf4QfYv377>

5. Empreendedorismo, tecnologia e geração de renda na periferia (com Michela Galvão, fundadora do Impacto Coletivo Hub)
6. Design inclusivo e inteligência artificial (com Davi Pradines, designer de UX/UI do Cesar Inovação)
7. Mulheres, liderança e tecnologia (com Glades Chuery, cofundadora da plataforma Marias SA)
8. Acessibilidade de pessoas com deficiência auditiva (com Ivan Salles Fonseca, head de AI da Hand Talk)
9. IA responsável na criação de campanhas sobre autismo (com Vanderlei Almeida, head de criação e estratégia da Audaz)
10. IA na promoção de igualdade racial (com Pedro Barros, do ID_BR (Instituto Identidades do Brasil))

Já em andamento para a finalização da segunda temporada do podcast, possuímos os seguintes episódios:

1. Afroempreendedorismo e tecnologia (com Marilene Lima e Ogyan Salatiel, da FUNAFRO)
2. Mídia negra independente, IA e o viés algorítmico (com Isis de Almeida e Lavínia Oliveira, do Portal Black Mídias)
3. IA e a visibilidade de pessoas negra nos audiovisual (com o professor Almir Almas da USP)
4. Levantamento de dados sobre equidade racial nas empresas: como a IA pode ajudar? (com Lucas Ramos, do Pacto de Promoção pela Equidade Racial)
5. Mulheres negras no mercado de tecnologia (com Silvana Bahia, fundadora da PretaLab)
6. Educação financeira para todos (com Dina Prates, desenvolvedora da Ujaamatech)
7. Criação de conteúdo em plataformas de IA “all in one” (com Raquel Salles, fundadora do Seu Copy IA)
8. Ancestralidade e tecnologia (com Talita Azevedo, criadora do projeto “Presente Histórico”)
9. Capacitação de imigrantes para o setor de tecnologia (com Vivian Gomes, da Toti Diversidade)

Além do último episódio que será gravado e postado posteriormente, até o final do mês de junho, realizado com Páginas Pretas Classificados, finalizando a temporada.

Com as métricas disponíveis pelas plataformas de streaming, observamos que o podcast alcança um público bastante variado, mas com concentração maior entre pessoas de 35 e 59 anos, com distribuição igualitária entre gêneros. A maioria dos acessos vem do Brasil (92%), seguido dos Estados Unidos (1,7%) e França (1,4%). Destacamos ainda os acessos de Portugal e de países da América Latina.

O podcast tem sido um importante produto da pesquisa, pois enriquece qualitativamente os dados que estão sendo coletados. Proporciona ainda um espaço de prática para estudantes com envolvimento em uma temática relevante e em pleno desenvolvimento, o que justifica a pauta jornalística.

Também destacamos o envolvimento com as iniciativas que participaram do podcast até o momento. Elas, enquanto público, contribuem com o caráter extensionista do projeto, pois a cada episódio publicado é nítido o envolvimento com as pessoas envolvidas com essas empresas.

Em consonância com estudos de divulgação científica por meio de mídia sonora, observa-se então que o formato podcast contribui na construção da relação de intimidade e proximidade entre produtor e ouvinte, favorecendo a disseminação de saberes especializados para além do ambiente universitário, difundindo-os à sociedade. Dessa maneira, o podcast aliados se constitui como um objeto de convergência tanto multimidiática, quanto no que diz respeito as temáticas sociais abordadas e suas formas de representação.

Considerações finais

Compreendemos que a produção do podcast contribui para ampliar a visão de um público maior sobre as possibilidades da aplicação da IA responsável e de cunho social. A segunda temporada, que trouxe iniciativas voltadas a comunidade negra, afroempreendedorismo e ações antirracistas, foi composta por sua grande maioria de entrevistadas mulheres, fornecendo uma reflexão interessante sobre a presença feminina negra crescente em ambientes empresariais e tecnológicos, fomentando uma análise acerca dessas observações.

Portanto, o podcast Aliados se fortalece como uma relevante ferramenta de divulgação científica e extensão universitária, ao promover diálogos entre iniciativas que empregam a inteligência artificial a favor do bem social, possuindo um público amplo, composto por pesquisadores, estudantes e interessados na temática.

Ao aliar a metodologia da pesquisa qualitativa à linguagem do jornalismo em áudio, o projeto contribui significativamente para a democratização do conhecimento sobre tecnologia e suas aplicações sociais no Brasil. A continuidade da produção e a diversificação temática dos episódios, especialmente com o foco recente em equidade racial, reforçam o potencial transformador da comunicação pública mediada por tecnologias digitais, ampliando o alcance e a relevância social do conhecimento produzido na universidade.

Referências

APÓS premiação de projeto pelo Google, professor da PUC-Campinas cria podcast sobre inteligência artificial. **Portal PUC-Campinas**, 27 nov. 2024. Disponível em: < <https://www.puc-campinas.edu.br/apos-premiacao-de-projeto-pelo-google-professor-da-puc-campinas-cria-podcast-sobre-inteligencia-artificial/>>. Acesso em 17 mar. 2025.

BONINI, T. A segunda era do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. **Radiofonias revista de estudos em mídia sonora: Dossiê Podcasting e Remediação da Linguagem Radiofônica**, v. 11, n. 1, p. 13 – 32, 2020. DOI: <https://doi.org/10.63234/radiofonias.v11i1>. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4315/3404>. Acesso em: 18 jun. 2025.

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.europublications.com/ojs/index.php/ced/article/view/4076>. Acesso em: 28 ago. 2024.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambiente, redes. Petrópolis: Vozes, 2015.

SICHMAN, J. S. Inteligência Artificial e sociedade: avanços e riscos. **Estudos Avançados**, v. 35, n. 101, p. 37–50, jan. 2021.