

Podcast Aliados: Ampliação do Conhecimento Sobre Investimentos em Inteligência Artificial para o Bem Social no País¹

Tarcisio Torres Silva²

Lara Morelato Gallo³

Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC-Campinas

RESUMO

Este trabalho apresenta as etapas de criação do podcast Aliados, que tem como assunto 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. Na conclusão, apontamos os resultados alcançados e a importância da difusão de informações sobre tecnologia para o público não especializado.

PALAVRAS-CHAVE: Podcast; Inteligência Artificial; Bem-estar social; Jornalismo; Comunicação.

CONTEXTUALIZAÇÃO

A ação extensionista que iremos descrever faz parte de uma pesquisa que vem sendo realizada dentro da Escola de Linguagem e Comunicação da PUC-Campinas. Ela foi elaborada a partir do desenvolvimento do projeto “A comunicação de projetos corporativos de inclusão e equidade com utilização de inteligência artificial” sob coordenação do professor Tarcisio Torres Silva. O projeto foi um dos selecionados para receber o auxílio por um ano no IV Congresso de Inteligência Artificial promovido pela PUC-SP e PUC-Campinas. O valor total disponibilizado, R\$10.000, foi oferecido pelo Google.

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 mapeamento e ao longo do desenvolvimento da

¹ Trabalho apresentado na Jornada de Extensão, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

² Professor pesquisador da Escola de Linguagem e Comunicação da PUC-Campinas, email: tarcisio.silva@puc-campinas.edu.br

³ Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da PUC-Campinas, email: laramorelatogallo@gmail.com

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, ações brasileiras que envolvem parcerias público-privadas, estratégias de comunicação, ferramentas disponíveis para os stakeholders e modelos de negócios de *startups*. Ao todo, foram 32 iniciativas selecionadas. O estudo inicial mostrou que elas têm proposições bastante diversificadas, ainda que sejam relativamente comuns iniciativas público-privadas e projetos de *startups*.

A pesquisa qualitativa que está sendo feita 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 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.

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

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

Por meio de buscas realizadas pela ferramenta 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 descobrir matérias jornalísticas sobre tecnologias vinculadas às práticas de bem-estar social, 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.

Nessa condição, 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 uma impulsionadora de materiais de comunicação e informação que atingem e influenciam o público real e 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 os projetos em 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 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 também 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 roteiro 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 em busca do formato e estrutura esperados para o resultado 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.

O produto final do projeto foi divulgado no perfil do Instagram do podcast (@aliados_podcast) e nas plataformas de áudio do mercado digital 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.



Figura 1 - Logotipo do programa

RESULTADOS OBTIDOS

Produzimos, no segundo semestre de 2024, dez episódios do podcast “Aliados”. Os episódios são feitos com representantes das iniciativas mapeadas. Conversamos com eles sobre suas ações e como enxergam o uso da IA para a promoção do bem social. As participações nos podcasts foram publicadas no servidor principal do Spotify e replicadas nas seguintes plataformas: Apple, Amazon, Deezer e Youtube. São organizadas em temporadas de 10 episódios cada. Há menção ao nome dos participantes, assim como das iniciativas das quais fazem parte. O programa pode ser acessado através deste link⁴. Uma matéria sobre sua produção foi produzida pelo departamento de comunicação da PUC-Campinas (Após, 2025).

Os dez episódios que gravamos até o momento 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).
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).

⁴ <https://open.spotify.com/show/5drgIt45ADMz4QfYv377>

10. IA na promoção de igualdade racial (com Pedro Barros, do ID_BR (Instituto Identidades do Brasil))

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 relacionamento 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 ligadas a essas instituições.

Por fim, pretendemos continuar com essa ação, pois compreendemos que ela contribui para ampliar a visão de um público maior sobre as possibilidades da aplicação da IA responsável e de cunho social. A segunda temporada trará iniciativas voltadas a pessoas negras, afroempreendedorismo e ações antirracistas.

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.

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.