



UBER DO BRASIL

TÍTULO: *UBER CAST:*
TECNOLOGIA E A DIVERSIDADE
COMPARTILHANDO A ROTA
PARA A SEGURANÇA

AGÊNCIA: ESTÚDIO ZAMUNDA

MOBILIDADE SEGURA

*Com 11 bilhões de viagens desde que chegou ao país,
a Uber criou um programa para abordar a segurança de seus públicos*

Há dez anos no Brasil, a Uber alcançou 125 milhões de usuários, 5 milhões de motoristas parceiros e 11 bilhões de viagens realizadas, atendendo quase 90% da população adulta do país. Com milhares de interações diárias, a empresa enfrentou o desafio de destacar suas iniciativas de diversidade e segurança. A solução foi criar um canal próprio de comunicação: o *Uber Cast*.

Essa série estreou com cinco episódios abordando segurança, equidade, antirracismo, liberdade e acessibilidade. Participaram representantes da Uber (lideranças, equipes

de diversidade e grupos de afinidade), especialistas, criadores de conteúdo e motoristas parceiros, que compartilharam iniciativas e experiências relacionadas ao aplicativo. Entre os convidados estavam Isabela Del Monde (Me Too Brasil) e o apresentador Fefito Oliveira.

O *Uber Cast* trouxe dados relevantes, como uma pesquisa do Instituto Locomotiva revelando que seis em cada dez pessoas LGBTQIAP+ temem ser discriminadas durante deslocamentos urbanos. Todos os episódios contaram com recursos de acessibilidade, incluindo audiodescrição, legendas e materiais complementares.

Internamente, a Uber apresentou o projeto em primeira mão aos funcionários, envolvendo grupos de afinidade na produção e na aprovação dos conteúdos. Para dar voz aos motoristas, muitos enviaram perguntas respondidas nos episódios. Para ampliar o alcance, foram criados vídeos curtos com pílulas de conteúdo, compartilhados pelos participantes nas redes sociais.

O UBER CAST
CONSEGUIU
MAIS DE
20 milhões
DE VISUALIZAÇÕES

A série ficou disponível em plataformas de áudio e vídeo e nos canais oficiais da marca. Um press kit foi produzido para a imprensa, com informações sobre a pesquisa

Uber e o Fórum de Segurança Pública. O projeto atingiu mais de 20 milhões de visualizações e gerou meio milhão de interações.

O sucesso do *Uber Cast* resultou na criação de conteúdos educativos em parceria com o Instituto Admax, destacando a importância do cão-guia para pessoas com deficiência visual no contexto da mobilidade.

JUNTOS,
OS EPISÓDIOS
ATINGIRAM
500 mil
INTERAÇÕES