

OPINIÃO

Soberania em inteligência artificial: quando o diferencial está no sistema, não no modelo

Beatriz Ferrareto (*)

A discussão sobre inteligência artificial soberana vem ganhando espaço no Brasil à medida que a IA se consolida como um ativo estratégico para governos, empresas e setores críticos. Mas esse debate perde força quando se limita aos grandes modelos de linguagem (LLMs).

Na prática, a maioria das soluções que entregam valor em produção — assistentes corporativos, fluxos com agentes e uso de ferramentas, automação de processos e aplicações em contextos governamentais — não é “um modelo”. São sistemas: arquiteturas compostas por múltiplos componentes que operam de forma coordenada, com requisitos reais de segurança, rastreabilidade e manutenção contínua.

Nesse contexto, soberania em IA deve ser entendida de forma ampla. Ela diz respeito à capacidade de controlar, operar, adaptar e evoluir sistemas completos de IA de acordo com necessidades locais, regulatórias e estratégicas. Não se trata apenas de onde um modelo foi treinado, mas de quem domina a arquitetura *end-to-end*, os dados, a governança, a segurança e os mecanismos que permitem que essas soluções sejam mantidas, auditadas e expandidas ao longo do tempo.

Os LLMs são parte relevante desse ecossistema, mas representam apenas uma parte da equação. Sistemas modernos combinam modelos de linguagem com outros modelos especializados (por exemplo, embeddings e classificadores), mecanismos de busca e recuperação de informação (RAG), camadas de orquestração e roteamento, integrações com sistemas legados e regras de negócio. É essa combinação que permite que soluções operem com previsibilidade, controle e confiabilidade em ambientes sensíveis.

Um diferencial fundamental para a construção de IA soberana está no domínio dos principais componentes da pilha tecnológica. Isso reduz a dependência de APIs proprietárias, facilita a substituição de fornecedores e dá liberdade para provisionar soluções em diferentes ambientes de infraestrutura — nuvem, on-premises ou híbrido, inclusive diretamente na infraestrutura do cliente. Essa portabilidade amplia o controle sobre dados, desempenho, custos e requisitos de compliance.

Mas soberania também é operação. Ela exige capacidade de governar o ciclo de vida do sistema: versionamento, testes e avaliações contínuas, mecanismos de observabilidade e práticas de segurança que sustentem a auditoria e a conformidade. Em setores críticos, o que determina confiança não é só “o modelo”, mas o conjunto de controles que permite explicar, monitorar e corrigir o sistema com segurança.

Nesse cenário, a transferência de tecnologia torna-se um elemento central. Capacitar equipes locais para compreender, operar e evoluir esses sistemas fortalece a autonomia dos clientes e garante que o conhecimento crítico permaneça sob seu controle. No fim, é essa capacidade de criação, manutenção e adaptação contínua que define o verdadeiro nível de soberania tecnológica.

Esse movimento é potencializado pelo avanço de arquiteturas abertas e pelo uso estratégico de tecnologias open source, não como sinônimo automático de soberania, mas como base para reduzir lock-in, aumentar transparência e viabilizar especialização por domínio. Em vez de uma IA monolítica, o progresso acontece por meio de sistemas modulares, compostos por múltiplos modelos e aplicações que evoluem de forma integrada.

Para o Brasil, avançar em sistemas de IA soberanos significa estabelecer bases sólidas para inovação em energia, saúde, indústria, agronegócio, finanças e serviços públicos. Ter controle sobre arquitetura, dados e aplicações permite adaptar a tecnologia às realidades locais, acelerar a adoção responsável da IA e reduzir riscos operacionais, regulatórios e estratégicos.

No fim, o verdadeiro valor da inteligência artificial está menos no modelo isolado e mais nos sistemas completos que emergem da integração contínua entre modelos, dados e processos — sistemas governáveis, auditáveis e alinhados aos objetivos das organizações e do país. Ampliar esse debate é essencial para evitar uma narrativa restrita a modelos, fornecedores ou lançamentos específicos. O foco deve estar em como arquiteturas bem construídas podem ampliar potencial humano, fortalecer negócios, melhorar serviços públicos e simplificar processos complexos.

(*) Partner e Chief of Business Development na WideLabs.

França está proibindo redes sociais para menores de 15 anos e celulares nas escolas

Seguindo o exemplo da Austrália, a Assembleia Nacional da França aprovou um projeto de lei que proíbe o acesso de menores de 15 anos às redes sociais e o uso de telefones celulares em escolas de ensino médio. A proposta ainda precisa passar pelo Senado antes de ser sancionada pelo presidente Emmanuel Macron.

Vivaldo José Breternitz (*)

O texto foi aprovado por 130 votos a 21, em uma rara demonstração de unidade na profundamente dividida Assembleia Nacional. Quase todos os principais parlamentares franceses manifestaram apoio à medida, apontando-a como a forma mais eficaz de proteger crianças contra o cyberbullying e conteúdos inadequados online.

Macron, que fez campanha ativa pela aprovação, classificou o resultado como um “passo importante” para garantir a segurança digital e o bem-estar mental dos jovens. Em entrevista à televisão francesa, o presidente pediu que os líderes do Senado acelerem a tramitação, afirmando que “as emoções de nossas crianças e adolescentes não estão à venda nem devem ser manipuladas por corporações americanas e chinesas”.

Ele acrescentou que a maioria dos cientistas recomenda a redução do tempo de tela para menores de 15 anos e destacou que a população francesa é “amplamente favorável” a uma lei que limite o tempo excessivo das crianças na internet. “Os sonhos e aspirações de nossos filhos não podem ser ditados por algoritmos”, disse.

As disposições do projeto serão debatidas no Senado nas próximas semanas. Caso seja aprovado, o texto poderá entrar em vigor



annastills_CANVA

já no início do próximo ano letivo, em setembro, abrindo caminho para medidas semelhantes em outros países da União Europeia, como Alemanha, Dinamarca, Espanha e Itália, onde parlamentares também discutem restrições ao uso de redes sociais por menores.

A Austrália foi o primeiro país democrático a adotar esse tipo de restrição, aprovando em dezembro passado legislação que estabelece idade mínima de 16 anos para abrir e operar contas em redes sociais. A proibição abrange plataformas como Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat, X, YouTube, Reddit, Threads e outras.

Nos primeiros dias após a entrada em vigor da lei, em 10 de dezembro, pelo menos 4,7 milhões de contas atribuídas a menores foram deletadas ou desativadas pelas plataformas. A legislação australiana também prevê multas de até cerca de US\$ 32 milhões para empresas que descumprirem os requisitos de restrição etária.

Será que nossos parlamentares não deveriam pensar no assunto com urgência?

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjntz@gmail.com.

NRF 2026 mostra por que a melhor tecnologia é a que ninguém percebe

A NRF 2026 deixa uma mensagem muito clara: o futuro do varejo não será definido pela tecnologia que chama atenção, mas por aquela que opera em segundo plano. Entramos em uma fase em que a inovação mais relevante é a que se torna invisível, porque está totalmente integrada à experiência do consumidor.

Isso acontece porque, quando a tecnologia é bem aplicada, ela deixa de exigir atenção e passa a gerar valor de forma quase automática. O consumidor não quer aprender sistemas, navegar por interfaces complexas ou tomar decisões desnecessárias. Ele espera fluidez, conveniência e clareza. Quanto menos a tecnologia aparece, mais ela cumpre seu papel.

Esse movimento já vem se consolidando no mercado. A inteligência artificial deixou de ser um tema experimental e passou a fazer parte da infraestrutura dos negócios, influenciando decisões, orquestrando jornadas e redefinindo a forma como marcas e consumidores se conectam. O foco sai da interface e vai para o resultado: menos fricção, mais fluidez e mais valor percebido.

A ascensão do consumo agêntico acelera ainda mais essa transformação. O consumidor não quer mais navegar, comparar ou decidir sozinho. Ele espera que a tecnologia compreenda contexto, preferências e



Marcus Piombo

intenção, e atue como um facilitador das escolhas. Isso muda o papel das marcas, que precisam garantir relevância em ambientes físicos, digitais e, cada vez mais, mediados por inteligência artificial.

Ao mesmo tempo, a NRF reforça um ponto essencial: quanto mais tecnologia existe, mais o fator humano importa. A experiência física, o atendimento e a conexão emocional seguem sendo diferenciais competitivos.

Tecnologia bem aplicada não substitui pessoas, ela potencializa o que há de mais humano na relação com o consumidor.

Outro aspecto central é a redefinição do conceito de valor. Preço continua sendo importante, mas já não sustenta sozinho a decisão de compra. Transparência, qualidade percebida, coerência de marca e clareza nas práticas comerciais ganharam peso. Estratégias que tentam mascarar aumentos de preço ou reduzir qualidade sem comunicação clara tendem a gerar ruptura de confiança, e confiança se tornou um ativo estratégico.

Mesmo em um cenário de pressão econômica, o consumidor segue buscando pequenas indulgências e experiências que façam sentido emocionalmente. A tecnologia, quando usada com propósito, atua como aliada nesse processo, ajudando a decidir melhor, gastar com mais consciência e se sentir seguro ao longo da jornada.

O “próximo agora” do varejo será construído por quem entender que inovação não é barulho, nem promessa. É fluidez. É confiança. É fazer com que a tecnologia funcione tão bem que o consumidor não precise percebê-la, apenas viver a experiência.

(Fonte: Marcus Piombo é CEO Brasil do Grupo Stefanini).

News @ TI

Natura&Co reduz em 60% tempo de entregas de software

@A Natura&Co registrou um salto de eficiência em sua operação digital ao reduzir em 60% o tempo médio de entrega (deploy) de seus

softwares. O resultado é fruto de um projeto estratégico de modernização conduzido em parceria com a Ilegra, empresa global de estratégia, inovação e tecnologia. A iniciativa elevou em 38% a taxa de sucesso das operações, fortalecendo a infraestrutura tecnológica que sustenta a liderança global da gigante brasileira de cosméticos (<https://www.ilegra.com/pt>).

ricardosouza@netjen.com.br