





ESPAÇO JURÍDICO

Giovanna Araujo (*)



A guerra fria da IA ganhou novo capítulo — e o Brasil entrou nela sem lei

Em 16 de julho, em Xangai, 29 países assinaram a fundação da WAICO, a Organização Mundial de Cooperação em Inteligência Artificial, capitaneada pela China. Xi Jinping, em seu primeiro discurso na Conferência Mundial de IA, chamou o momento de marco histórico, prometeu 5 mil vagas de capacitação em IA a países em desenvolvimento e alfinetou Washington ao criticar quem “estica demais o conceito de segurança nacional”. O secretário-geral da ONU prestigiou a cerimônia. Nenhuma grande democracia ocidental assinou. O Brasil, sim — como membro fundador.

Acenamerecetradução. O que nasceu em Xangai não é um fórum técnico: é a institucionalização de mais um polo na disputa que os estudiosos de governança já chamam de guerra fria tecnológica. De um lado, os Estados Unidos, líderes de mercado, apostando na inovação privada e na desregulação, com sanções a chips e tecnacionalismo explícito. Do outro, a União Europeia, superpotência regulatória, exportando padrões ao mundo pelo “Efeito Bruxelas” do AI Act. E agora a China, que não quer apenas competir em modelos e semicondutores: quer disputar quem escreve as regras globais. Há uma corrida dentro da corrida — a tecnológica, sobre quem desenvolve os melhores sistemas, e a regulatória, sobre quem define as normas. A WAICO é o lance chinês na segunda.

E o Brasil? Assinou. Sob a bandeira legítima do multilateralismo e do protagonismo do Sul Global, aderiu a uma arquitetura sediada em Xangai, ao lado de Rússia, Venezuela e Belarus, e alheia ao arcabouço da OCDE, do G7 e do AI Act europeu. Pode ser aposta estratégica de quem se recusa a ser mero con-

sumidor de tecnologia alheia. Mas há uma ironia desconfortável: o país que corre para fundar a governança mundial da IA não conseguiu, até hoje, votar a própria lei.

O PL 2338/2023, aprovado no Senado em dezembro de 2024, mofa na Câmara. A comissão especial não tem sequer parecer do relator, e a votação, adiada sucessivamente, já escorrega para 2027. Enquanto isso, o país atravessa um ano eleitoral exposto a deepfakes sem marco legal, empresas investem sem segurança jurídica e cidadãos seguem sem direitos claros diante de decisões automatizadas.

Na literatura de governança, países fora dos grandes polos tecnológicos são “rule takers”: tomadores de regras alheias, não formuladores. A adesão à WAICO vende a imagem de rule maker global. Mas quem não faz as próprias regras não escolhe polo — é escolhido por ele. Sem marco interno, o Brasil arrisca importar o pior dos dois mundos: a dependência tecnológica das big techs americanas e o figurino normativo de quem não presta contas a parlamento algum.

Cooperação internacional é governança real ou apenas diplomacia entre rivais? Essa pergunta é o verdadeiro teste da assinatura brasileira em Xangai — e a resposta não está no protocolo firmado lá fora, mas no plenário parado aqui dentro. Soberania em inteligência artificial não se decreta em comunicado conjunto: constrói-se com lei, instituições e capacidade própria. Até que a Câmara vote o PL 2338, o Brasil seguirá negociando o futuro da IA mundial na posição mais frágil que existe — a de quem opina sobre as regras dos outros sem escrever as suas.

(*) - Sócia do Araujo Advs - advogada especializada em Governança de Inteligência Artificial

Transformação digital avança mais rápido do que a formação de talentos

Nos últimos anos, empresas de praticamente todos os setores passaram a acelerar seus processos de transformação digital

Helder Moura (*)

Inteligência artificial, computação em nuvem, automação, cibersegurança, análise de dados e novas plataformas digitais deixaram de ser tendências futuras para se consolidarem como parte central das estratégias de crescimento e competitividade das organizações.

Durante muito tempo, acreditou-se que o grande desafio dessa transformação estaria no acesso à tecnologia. Hoje, no entanto, o cenário global mostra uma realidade diferente: o principal obstáculo já não é tecnológico. O verdadeiro gargalo passou a ser humano.

Vivemos um momento em que a velocidade das mudanças digitais avança em ritmo muito superior à capacidade do mercado de formar profissionais preparados para acompanhar essa transformação. E essa equação tem criado um desafio estrutural que afeta empresas, governos, universidades e toda a dinâmica da economia global.

Dados do relatório Future of Jobs 2025, do World Economic Forum, mostram que 63% dos empregadores consideram a falta de competências adequadas a principal barreira para a transformação dos negócios. O mesmo estudo aponta que, até 2030, 39% das habilidades hoje exigidas no mercado serão significativamente transformadas, enquanto 59% da força de trabalho precisará passar por processos de requalificação.

Essa mudança acontece em um momento particularmente delicado para as empresas. Segundo estudos da McKinsey & Company,



Juststock_CANVA

46% dos líderes empresariais afirmam que a falta de profissionais qualificados já limita a adoção mais acelerada de inteligência artificial dentro das organizações. Em áreas críticas, como dados, segurança digital e machine learning, 77% das empresas relatam dificuldades concretas de contratação.

Na prática, isso significa que a disputa competitiva deixou de acontecer apenas em torno de tecnologia ou inovação. Cada vez mais, empresas competem por pessoas capazes de construir, operar e sustentar a transformação digital em larga escala.

O Brasil sente esse impacto de forma ainda mais intensa. Estudos da Fundação Getúlio Vargas apontam que o país pode enfrentar um déficit superior a 500 mil profissionais de tecnologia, resultado de um descompasso estrutural entre a velocidade de expansão da demanda e a capacidade de formação de novos talentos.

Ao mesmo tempo, a competição internacional adiciona uma camada extra de complexidade. O avanço do trabalho remoto global permite que profissionais brasileiros altamente qualificados sejam recrutados por empresas estrangeiras,

muitas vezes em condições financeiras mais competitivas. Levantamentos recentes mostram que o Brasil perde cerca de 12 mil profissionais de tecnologia por ano para o mercado internacional, gerando um impacto econômico relevante em capital humano e produtividade.

Mas talvez exista um desafio ainda menos discutido: a própria inteligência artificial, ao mesmo tempo em que aumenta eficiência, pode contribuir para aprofundar a escassez futura de talentos.

Pesquisas associadas ao Massachusetts Institute of Technology alertam que a automação crescente de funções consideradas júnior pode comprometer o pipeline de formação profissional. Em outras palavras, ao automatizar etapas iniciais da carreira, empresas podem reduzir os espaços onde novos profissionais aprendem, se desenvolvem e acumulam experiência necessária para se tornarem especialistas ou líderes técnicos no futuro.

Estamos diante de uma transformação importante no próprio conceito de desenvolvimento profissional.

Nesse contexto, discutir contratação deixou de ser suficiente. O debate agora

passa por uma agenda mais ampla de workforce transformation. As empresas precisarão rever profundamente suas estratégias de atração, retenção, desenvolvimento e requalificação contínua.

O profissional de tecnologia do futuro não será definido apenas por conhecimento técnico. Adaptabilidade, aprendizado contínuo, visão de negócios, pensamento analítico, capacidade de colaboração em ambientes digitais e atualização permanente passarão a ter peso tão relevante quanto habilidades puramente técnicas.

Da mesma forma, organizações precisarão abandonar uma visão tradicional de recrutamento baseada apenas em vagas abertas e começar a pensar de forma mais estratégica sobre construção de talentos no médio e longo prazo.

A escassez de profissionais em tecnologia deixou de ser um desafio exclusivo das áreas de recursos humanos. Hoje, ela impacta diretamente inovação, produtividade, competitividade e crescimento econômico.

Em um mercado em transformação permanente, a pergunta mais importante talvez já não seja quais tecnologias as empresas vão adotar nos próximos anos.

A pergunta central passa a ser outra: quem serão os profissionais capazes de construir esse futuro?

Porque, no fim, toda transformação digital continua começando pelas pessoas.

(*) Managing Director da Qibit, divisão especializada em recrutamento e seleção de perfis de tecnologia da Gi Group Holding, multinacional italiana especializada em soluções de RH e gestão de talentos - www.linkedin.com/in/helder-de-moura-11620632/

Lojas de rua voltam ao radar das franquias impulsionadas pelo geomarketing

Tecnologia cruza dados de consumo, mobilidade, concorrência e perfil da população para orientar a abertura de novas unidades. O franchising brasileiro segue em ritmo de expansão. No primeiro trimestre de 2026, o setor faturou R\$ 72,7 bilhões, alta de 10,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF). Para sustentar esse crescimento, as redes vêm aperfeiçoando a forma de escolher onde abrir novas unidades. Mais do que considerar a disponibilidade de um imóvel ou a percepção do empreendedor, a decisão tem sido orientada pelo geomarketing, ferramenta que utiliza inteligência de dados para reduzir riscos, aumentar a precisão das escolhas e direcionar a expansão para regiões com maior potencial de mercado.

A tecnologia cruza informações como densidade populacional, perfil socioeconômico, poder de compra, comportamento de consumo, mobilidade urbana, concorrência e desenvolvimento das cidades para identificar regiões com maior potencial de mercado. Com resultado, as lojas de rua voltam a ganhar protagonismo, impulsionadas por decisões baseadas em inteligência de mercado.

Um exemplo desse movimento é a Ecoville, maior rede especialista em produtos de limpeza do país, o geomarketing faz parte do processo de expansão da marca. Antes da abertura de uma nova unidade, a empresa avalia diversos indicadores para definir o ponto comercial com maior potencial de mercado. “Mais do que encontrar um imóvel disponível, buscamos entender o potencial de cada região. A análise de dados nos permite tomar decisões mais seguras, reduzir riscos e direcionar a expansão para locais com maior capacidade de gerar resultados”, afirma Cristiano Corrêa, CEO da Ecoville.



Segundo o executivo, a ferramenta contribuiu para consolidar a presença da marca na região Sul e, posteriormente, direcionou o crescimento para nível nacional.

“Quando adotamos o geomarketing, passamos a enxergar oportunidades que dificilmente seriam identificadas em análises convencionais. Crescer deixou de significar apenas abrir novas lojas e passou a significar abrir nos lugares certos”, destaca.

“Expandir de forma sustentável exige planejamento.” O geomarketing nos dá mais segurança para investir, reduz os riscos para o franqueado e fortalece nossa estratégia de expansão. Foi essa inteligência que nos permitiu crescer de forma planejada e construir uma rede com mais de 300 unidades distribuídas por todo o Brasil”, conclui o CEO da Ecoville.



www.netjen.com.br

Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para

TEL: 3043-4171