



OPINIÃO

# Por que a soberania de IA deixou de ser opcional e se tornou prioridade

Gustavo Leite (\*)

*Empresas devem focar em operacionalizar conceito com agilidade, antecipando-se às exigências do mercado, clientes e reguladores*

Nos últimos 18 meses, a IA passou da experimentação para a execução. Conforme a adoção avança, o debate puramente técnico sobre modelos e produtividade se expandiu para incluir controle, responsabilidade e confiança. No centro dessa transição está a governança, a segurança e a soberania dos dados. A IA gera valor tangível, trazendo também exposições a riscos que precisam ser gerenciados com precisão.

Incidentes de vazamento de dados proprietários e o aumento do escrutínio sobre o treinamento de modelos mostram uma realidade simples: os sistemas de IA são tão seguros e resilientes quanto as bases de dados em que se apoiam. Ao mesmo tempo, regulamentações rigorosas, como o EU AI Act e leis regionais de residência de dados, redefinem o significado de conformidade para multinacionais. A implementação de IA tornou-se, acima de tudo, um exercício de controle estratégico.

A IA vai além da análise de dados: ela os multiplica. Cada documento, resumo ou interação gerada cria um novo ativo de informação, geralmente não estruturado, descentralizado e sem governança. Para empresas globais, a falta de visibilidade sobre esses dados representa riscos regulatórios e reputacionais graves.

Com isso, a soberania de dados ascendeu ao topo das prioridades da alta liderança, superando a condição de mera checagem burocrática. Conselhos de administração agora exigem respostas claras sobre onde os dados residem, quem tem acesso a eles e quais são os riscos de um uso inadequado.

## O conceito de Soberania de IA

A soberania de dados tradicional focava na localização geográfica das informações. A soberania de IA expande esse escopo para todo o ciclo de vida do dado. Isso inclui saber onde cada etapa da informação é armazenada e processada, quais

modelos a utilizam e em quais mercados essa inteligência é aplicada.

Essa realidade gera um dilema estratégico entre velocidade, controle e risco. Plataformas de grande escala (hyperscalers) oferecem agilidade e escalabilidade, trazendo também preocupações sobre jurisdição e exposição de propriedade intelectual. A avaliação de risco deve depender da classificação da informação: dados públicos exigem controles muito diferentes de códigos-fonte, projetos de produtos ou dados confidenciais de clientes e funcionários.

Reguladores impõem multas, enquanto a perda de confiança de clientes e parceiros causa danos ainda mais difíceis de reparar. Empresas incapazes de explicar como sua IA gera resultados ou de onde vêm seus dados criam um passivo perigoso. A única forma de comprovar a conformidade é por meio do rastreamento de origem e linhagem dos dados (data lineage), um desafio que muitas organizações ainda lutam para resolver.

## O caminho para o futuro

O avanço para um futuro soberano em IA exige o estabelecimento de fundações sólidas, preservando a inovação e o uso de infraestruturas globais. O processo começa pela consolidação, classificação e compreensão das informações em uma plataforma unificada, estabelecendo uma fonte única da verdade.

A partir dessa base, as organizações devem investir em rastreabilidade e auditabilidade de dados, estruturas de governança adaptáveis a diferentes regiões e arquiteturas flexíveis que conciliem escala global com controle local.

A IA força uma revisão profunda da gestão de dados corporativos, transformando uma preocupação operacional em um risco estratégico. A soberania de dados abriu esse caminho, e a soberania de IA consolida a nova exigência para organizações multinacionais. A prioridade máxima agora é operacionalizar esse conceito com agilidade, antecipando-se às exigências do mercado, de clientes e de reguladores.

(\*) VP da Cohesity para América Latina.

O pão era a base da alimentação na Roma Antiga.

# Para refletirmos



Vivaldo José Breternitz (\*)

Segundo Handre, um perfil do X, (antigo Twitter), em 73 a. C. o governo romano distribuía gratuitamente a 40 mil cidadãos os grãos com os quais era fabricado o pão.

Em 46 a.C., quando Júlio César assumiu o poder absoluto em Roma, 320 mil pessoas recebiam sua ração mensal de grãos. Essa expansão de oito vezes ocorreu em cerca de três décadas e mostra o que costuma acontecer nos chamados “estados de bem-estar social”.

O crescimento aconteceu de forma incremental. Políticos procuravam ampliar o número de pessoas que tinham direito ao benefício; cada expansão normalizava a próxima. O cidadão que antes considerava vergonhoso receber o auxílio, passou a esperá-lo, depois a exigí-lo, e finalmente a se organizar politicamente para protegê-lo. Milhares de pessoas migraram para Roma com o objetivo de receberem o benefício.

Esse é o mecanismo central identificado por pensadores de livre mercado em todas as épocas: uma vez criado um programa de transferência de renda, cria-se também uma base de apoio para ele. Os beneficiados votam, os políticos consolidam suas carreiras e, no caso de Roma, os produtores e comerciantes de grãos que abasteciam o Estado passaram a ter interesse em manter os benefícios vivos.

César conseguiu reduzir o número de beneficiários para 150 mil por meio de auditorias de verificação de reais necessidades. Foi uma de suas medidas mais coerentes na área econômica. César foi assassinado e seus sucessores, silenciosamente, deixaram os números subirem novamente.

O que o auxílio exigia? Importações maciças de grãos da Sicília, Sardenha e Egito, organizadas por logística estatal, a custos estatais, financiadas por impostos e valores tomados de estrangeiros durante guerras.

# Comprar pelo aplicativo não é mais caro. Essa conta começa no preço, mas não termina nele

Ainda existe uma percepção muito comum entre os brasileiros: comprar supermercado pelo aplicativo é mais caro. Mas será que isso ainda é verdade?

Curiosamente, essa lógica já mudou em quase todas as outras categorias. Quando vamos comprar um celular, uma televisão, uma passagem aérea ou até uma peça de roupa, a primeira reação costuma ser pesquisar na internet e comparar preços. Já entendemos que o ambiente digital amplia nossas opções e aumenta as chances de economizar.

Mas, quando o assunto é supermercado, muitos consumidores ainda fazem a comparação olhando apenas para o preço da gôndola. E talvez seja justamente aí que valha ampliar a análise.

O consumidor brasileiro está certo em se preocupar com o preço. Alimentação e saúde representam uma parcela importante do orçamento das famílias. Uma diferença de 5% ou 10% na compra do mês faz diferença no bolso de milhões de pessoas. Justamente por isso, vale olhar para a conta completa.

Hoje, basta abrir um aplicativo para comparar preços entre diferentes supermercados em poucos minutos. Em muitos casos, os produtos têm exatamente o mesmo preço praticado na loja física. Além disso, o consumidor tem acesso a ofertas e benefícios que podem tornar o valor final da compra igual ou até menor do que seria presencialmente.

Mais do que isso, a tecnologia trouxe muito mais transparência. Com muito mais informação disponível, o consumidor consegue comparar, escolher a melhor oferta e decidir onde comprar com muito mais segurança. Fazer essa mesma comparação no mundo físico exigiria visitar diferentes supermercados, gastar combustível, enfrentar trânsito e dedicar horas do dia a essa pesquisa.



Existe um segundo ponto que quase nunca entra nessa conta.

Ir ao supermercado envolve deslocamento, combustível, estacionamento, pedágio em algumas cidades e filas. Mas, principalmente, envolve tempo. Uma ida ao mercado pode facilmente consumir uma ou duas horas. Quanto vale esse tempo? Quanto dele poderia ser dedicado ao trabalho, à família, ao descanso ou simplesmente ao lazer?

Esse também é um custo da compra.

Outro avanço importante aconteceu na logística. Comprar online já não significa esperar dias para receber um produto. Hoje, quem precisa de um medicamento, de um item de supermercado ou de qualquer outro produto essencial, pode recebê-lo em poucos minutos.

Mas nem toda compra exige essa velocidade. Quando o consumidor prefere programar a

A partir de um certo momento, as fontes de receita derivadas das guerras secaram, mas a obrigação permaneceu. Roma havia emitido um cheque contra futuros sucessos militares, mas esses sucessos acabaram não chegando.

A lição é simples: distribuir um benefício é distribuir dependência. Distribuir dependência é dar poder político para quem controla a distribuição. O auxílio em grãos não foi a única causa da queda do Império Romano, mas ao tornar reformas politicamente quase impossíveis, também contribuiu para isso.

Refletindo sobre o assunto, talvez seja possível encontrar semelhanças sobre o que acontece em um certo país da América do Sul...

(\*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjnit2@gmail.com.

entrega, também pode fazer isso. Essa flexibilidade permite escolher a opção que faz mais sentido para cada necessidade e também torna a operação mais eficiente para o varejista, que consegue planejar melhor suas entregas.

O futuro do varejo não será definido pela disputa entre o físico e o digital, mas pela integração entre os dois. Há momentos em que visitar uma loja faz todo sentido, seja para conhecer lançamentos, experimentar produtos ou aproveitar a experiência de compra. Em outros, a praticidade do digital faz mais sentido. Não se trata de substituir um canal pelo outro, mas de oferecer ao consumidor a melhor opção para cada momento.

Não por acaso, o comércio eletrônico brasileiro continua crescendo ano após ano. Segundo projeções da Associação Brasileira de Inteligência Artificial e E-Commerce (ABIACOM), o setor poderá movimentar cerca de R\$ 379 bilhões até 2030. Isso mostra que comprar online deixou de ser uma tendência para se tornar parte da rotina dos brasileiros. O supermercado é uma das próximas grandes fronteiras dessa transformação.

Talvez a maior mudança seja justamente essa: quando colocamos na conta não apenas o valor da etiqueta, mas também a possibilidade de comparar ofertas, economizar tempo e evitar custos invisíveis, percebemos que comprar online deixou de ser apenas uma alternativa. É uma nova forma de consumir.

O futuro do varejo não será uma escolha entre o físico e o digital. Será a integração dos dois, oferecendo ao consumidor mais transparência, mais opções e mais liberdade para decidir como, quando e onde comprar.

(Fonte: Talita Poletto é líder da operação da 99Compras, com mais de 15 anos de experiência em liderança comercial, estratégia e desenvolvimento de negócios).

## News@TI

### DE-CIX e SAMM firmam parceria

A DE-CIX anuncia uma parceria com a SAMM. Com o acordo, a SAMM passa a integrar o programa global de parceiros DE-CIX R3 (Resell-Refer-Reach) como Standard Reseller Partner. A expectativa é que a colaboração traga diversas novas redes para a plataforma da DE-CIX ao longo de 2026. Por meio da parceria, a SAMM oferecerá aos seus clientes empresariais acesso direto ao ecossistema global de interconexão da DE-CIX, permitindo conexão de baixa latência e alto desempenho com redes, provedores de nuvem e plataformas digitais em todo o mundo. A iniciativa fortalece a resiliência das operações digitais e contribui para acompanhar o rápido crescimento da economia digital brasileira (<https://www.samm.com.br/>).