



# Mercado Digital

Patricia Knebel

patricia.knebel@jornaldocomercio.com.br

Confira, diariamente, no blog Mercado Digital, conteúdos sobre tecnologia e inovação. Para acessar, aponte a câmera do seu celular para o QR Code.



jornaldocomercio.com/mercadodigital



## ‘Brasil precisa de cadeia de IA para avançar’

A Política Nacional de Data Centers (Redata), que deve avançar nas próximas semanas e que pretende atrair R\$ 2 trilhões em investimentos no País na próxima década com a desoneração de bens de capital, máquinas e equipamentos usados na produção desta infraestrutura, foi bem recebida pelo líder de setor público da Amazon Web Services (AWS), Paulo Cunha.

A ideia da legislação é, entre outros pontos, antecipar os efeitos da reforma tributária para o setor digital. Em entrevista durante o AWS Public Sector Symposium, que aconteceu em Brasília, ele defendeu, porém, uma equalização tributária por parte de todos os estados brasileiros.

“Essa política nos coloca

em um outro nível de diálogo em diversos aspectos, o que é positivo. Mas, fazemos investimentos hoje pensando nos próximos dez anos, portanto, é fundamental termos uma maior clareza tributária por parte também dos estados”, destacou.

Na ocasião, ele defendeu também a criação de uma cadeia produtiva para a Inteligência Artificial no País. “Estamos em um momento de discussões importantes sobre esse tema. Precisamos ter uma legislação de qualidade que proteja os usuários e as empresas, tudo com muita responsabilidade”, defende.

Recentemente, a AWS confirmou um investimento adicional de US\$ 1,8 bilhão na ampliação e atualização da infraestrutura no Brasil. “Nosso

compromisso com o Brasil continua firme e com progresso”, disse Cunha.

Na semana passada, a empresa anunciou que planeja lançar uma Região de Infraestrutura no Chile até o final de 2026. O investimento será superior a US\$ 4 bilhões para apoiar a construção, conexão, operação e manutenção de seus data centers no país.

A demanda crescente por capacidade de processamento de dados, e a própria demanda gerada pela Inteligência Artificial, ampliam as preocupações com o ambiente. O VP global de Setor Público e Inovação da AWS, Dominic Delmolino, disse que esse tema sempre está na pauta da companhia.

“Nossos centros de dados são extremamente eficientes



AWS/DIVULGAÇÃO/JC

Cunha confirmou compromisso da AWS com investimentos no Brasil

e estamos sempre fazendo investimentos em novos esforços para neutralizar carbono”, aponta.

Segundo o executivo, inclusive, a IA generativa pode

ser uma aliada para, de forma criativa, ajudar a resolver esses problemas, como ao combinar dados de múltiplas pesquisas e incorporar informações do ambiente para orientar as decisões.

## Somos Educação aposta na tecnologia para qualificar ensino

A Somos Educação, um dos principais grupos de educação básica do Brasil, olha para as potencialidades da Inteligência Artificial (IA) para ajudar os professores a criar e desenvolver aulas, prever cenários e personalizar o ensino, olhando para as individualidades dos alunos. A empresa apresentou o case deste projeto durante o AWS Public Sector Symposium, que aconteceu em Brasília.

Lançada em 2024, a plataforma Plural nasceu já na cloud da AWS. Atualmente, conta com 2,7 milhões de alunos do setor público e privado e quase 100 mil professores, envolvendo os 11 sistemas de ensino da Somos, como Anglo, Mackenzie e Pitágoras.

Desde lá, a empresa vem adicionando soluções de Inteligência

Artificial através da Plu. Nesse momento, a assistente inteligente já está sendo utilizada para gerar mais produtividade para os professores, gerando planos de aula, provas e resumos, tudo usando a IA.

“A ferramenta tem sido uma espécie de curador, que ajuda o professor nas tarefas do dia a dia para que ele possa usar o restante do seu tempo para pensar estratégias de enriquecimento das aulas”, comenta o head de tecnologia e IA da Somos Educação, Rafael Teixeira.

De janeiro a abril, foram 262 mil questões geradas por professores pela IA, mais de 168 mil planos de aula. Um recurso adicionado recentemente é a possibilidade de o professor criar vídeos para enriquecer as aulas. Em dez dias de

lançamento de feature, 2,7 mil vídeos já foram gerados.

Teixeira destaca que um dos diferenciais da ferramenta de IA da empresa é que ela gera mais segurança para os professores. Isso porque, a arquitetura da plataforma, criada em parceria com AWS, usa o conhecimento da Somos. “São os nossos conteúdos, que o professor conhece e tem confiança. Além disso, fazemos capacitações dos professores para o uso dessas tecnologia”, comenta.

Ele admite que o professor tem olhado para a IA com preocupação, mas, aos poucos, eles estão percebendo os benefícios. “Cerca de 80% dos professores que testaram a ferramenta, voltaram a usar”, conta.

A Plu já está disponível para cerca de 1,3 milhão de alunos, nesse momento, apenas do setor privado - 107 mil já estão usando.

Além disso, a Somos trabalha em mais duas funcionalidades importantes, que estão sendo aperfeiçoadas para chegar ao mercado em janeiro de 2026. A primeira delas é o uso da IA para a predição, ao ajudar professores a acessarem dados de performance das turmas e, diante disso, receberem recomendações de ação. O segundo ponto é a personalização do ensino, colocando uma lupa em cada indivíduo.



PATRICIA KNEBEL/DIVULGAÇÃO/JC

Rafael Teixeira diz que IA tem sido espécie de curador na sala de aula

## TikTok Shop fará varejo pensar estratégia, acredita a KPMG

Com menos de 15 dias de funcionamento, a TikTok Shop que chegou ao comércio eletrônico brasileiro está exigindo que as empresas repensem rapidamente a estratégia de venda para ter sucesso e competitividade durante a operação na plataforma.

A rede de social baseada em vídeos curtos funciona melhor com a participação de um influenciador que dialogue bem com o produto, organizações digitalizadas e com forte engajamento.

Essa é a análise do sócio-líder de consumo e varejo da KPMG no Brasil e na América do Sul, Fernando Gambôa.

“Nesse caso, o ideal é ter um influenciador, um embaixador de marca, que trabalhe demonstrando ou usando o

produto, por meio de tutoriais de utilização e dicas, de forma a gerar o impulso para o consumo. As organizações vão ter que repensar uma forma de se encaixar nesses parâmetros para ter uma boa presença no Tik Tok levando em consideração também o público que utiliza essa plataforma”, analisa.

A Tik Tok Shop já está funcionando em países como França, Alemanha e Estados Unidos e chegou ao Brasil no dia 8 de maio. Segundo a empresa, ela inaugurou a era da compra por descoberta. Aqui, vai concorrer empresas como Mercado Livre e Amazon.

A plataforma de entretenimento forma o 3º maior mercado de aplicativo de vídeos do mundo composto por 111,3 milhões de usuários.

**VIDROBOX** - Vidros Gerais  
DESDE 1971

Temperados - Laminados - Termo-acústicos  
Controle solar - Texturizados - Múltiplos

vidrobox@vidrobox.com.br - (51) 3302 - 4343