



OBSERVATÓRIO FEBRABAN

Junho 2026

PESQUISA SEMESTRAL
Inteligência Artificial



ÍNDICE

- 1. SOBRE O OBSERVATÓRIO FEBRABAN**
- 2. FAMILIARIDADE E CONHECIMENTO DE IA**
- 3. USOS E APLICAÇÕES**
- 4. SENTIMENTOS E PREOCUPAÇÕES**
- 5. PERCEPÇÃO DE IMPACTO**
- 6. ÉTICA, REGULAÇÃO E MARCO LEGAL**



1. SOBRE O OBSERVATÓRIO FEBRABAN

1. SOBRE O OBSERVATÓRIO FEBRABAN

Metodologia

- 1 Período** 09 a 20 de junho de 2026.
- 2 Universo** População brasileira de 18 anos e mais, de todas as regiões do país (IBGE 2022).
- 3 Amostra** 3.000 entrevistados, representativa do universo mencionado, com cotas de sexo, idade e região, e controle de instrução e renda.
- 4 Método** CATI - Computer Assisted Telephone Interview, com aplicação de entrevistas por equipes de pesquisadores; e complementação online de cotas.
- 5 Arredondamentos** Os percentuais que não totalizam 100% são decorrentes de arredondamento ou de múltiplas alternativas de resposta.
- 6 Margem de erro para o total da amostra** 1,8 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95,5%. Para os segmentos, essa margem varia segundo os respectivos tamanhos das subamostras, conforme tabela abaixo.

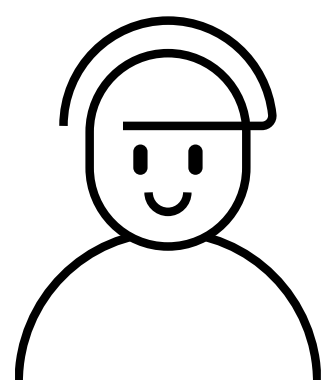
TAMANHO DA BASE	PERCENTUAIS PRÓXIMOS A								
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%
100 entrevistas	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0	9,8	9,2	8,0	6,0
200 entrevistas	4,3	5,7	6,5	7,0	7,1	7,0	6,5	5,7	4,3
400 entrevistas	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0	4,9	4,6	4,0	3,0
500 entrevistas	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5	4,4	4,1	3,6	2,7
800 entrevistas	2,1	2,8	3,3	3,4	3,5	3,4	3,3	2,8	2,1
1.000 entrevistas	1,9	2,6	2,9	3,1	3,2	3,1	2,9	2,6	1,9
1.500 entrevistas	1,6	2,1	2,4	2,5	2,6	2,5	2,4	2,1	1,6
2.000 entrevistas	1,3	1,8	2,0	2,2	2,2	2,2	2,0	1,8	1,3
2.500 entrevistas	1,2	1,6	1,8	2,0	2,0	2,0	1,8	1,6	1,2
3.000 entrevistas	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8	1,8	1,7	1,5	1,1

1. SOBRE O OBSERVATÓRIO FEBRABAN

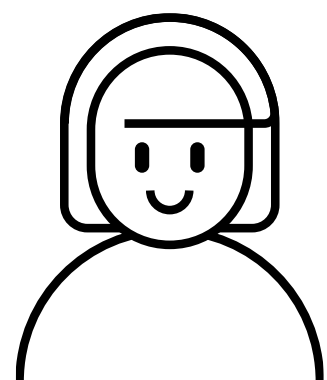
PERFIL DA AMOSTRA NACIONAL

(POPULAÇÃO)

SEXO



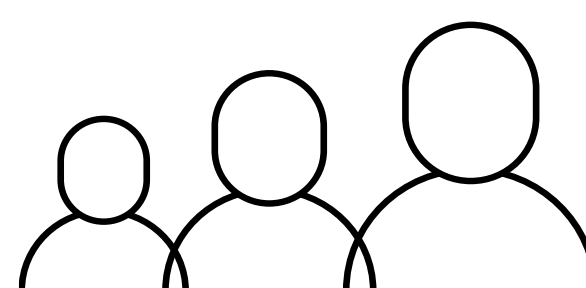
MASCULINO
47%



FEMININO
53%

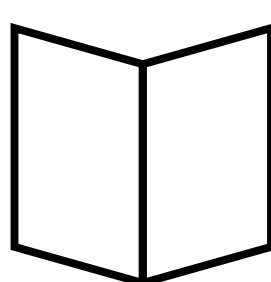
IDADE

18 a 24 ANOS	14%
25 A 44 ANOS	41%
45 A 59 ANOS	25%
60 ANOS OU MAIS	20%



INSTRUÇÃO

ATÉ FUNDAMENTAL	39%
ENSINO MÉDIO	42%
SUPERIOR	19%

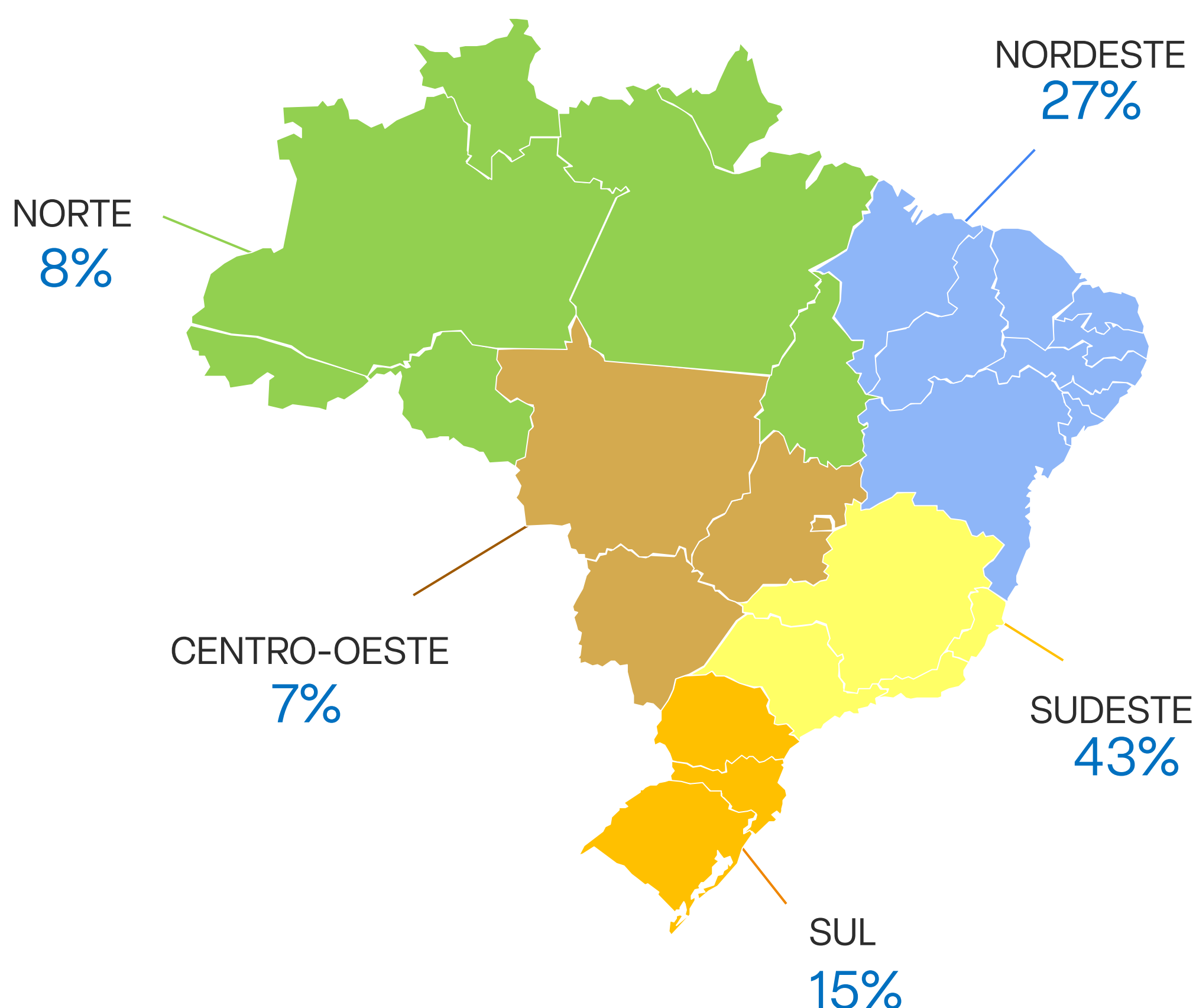


RENDA FAMILIAR

ATÉ 2 SM	44%
DE 2 A 5 SM	32%
MAIS DE 5 SM	24%



REGIÃO



1. SOBRE O OBSERVATÓRIO FEBRABAN

Introdução

A inteligência artificial (IA) vem se consolidando como uma das transformações tecnológicas mais relevantes da era digital, ocupando espaço crescente no cotidiano das pessoas, das empresas e das instituições públicas. Seu avanço ocorre num contexto de rápida digitalização da economia e da vida social, com aplicações cada vez mais presentes em mecanismos de busca, redes sociais, sistemas de atendimento, serviços públicos e operações financeiras.

Embora o conceito desafie definições absolutas, a IA pode ser entendida como o conjunto de sistemas capazes de analisar informações, identificar padrões e executar tarefas com diferentes graus de autonomia – de assistentes virtuais e reconhecimento facial a robôs, veículos autônomos e geradores de texto e imagem.

A adoção de IA avança de forma acelerada no Brasil e no mundo. No ambiente corporativo global, o *McKinsey State of AI 2025* apontou que 88% das organizações já utilizam IA em pelo menos uma área de atuação, ainda que em estágios iniciais. No Brasil, indicadores de inovação industrial demonstram que, embora a implementação robusta de IA nas grandes empresas brasileiras ainda esteja em consolidação, o interesse por automação cresce exponencialmente. No setor público, o movimento é igualmente expressivo: a OCDE mapeou cerca de 200 aplicações de IA em funções essenciais do Estado em diferentes países e, no Brasil, órgãos como Receita Federal, INSS e Tribunal de Contas da União já incorporam soluções de IA e automação avançada. No âmbito individual, a pesquisa TIC Domicílios 2025 (Cetic.br/NIC.br) estimou que cerca de 50 milhões de usuários de Internet com 10 anos ou mais – o equivalente a 32% desse público – já utilizaram ferramentas de IA generativa.

Essa expansão acelerada traz, simultaneamente, grandes expectativas e preocupações relevantes. Aos ganhos esperados de produtividade, automação de tarefas e ampliação do acesso à informação somam-se inquietações ligadas a privacidade, disseminação de desinformação, deepfakes, vieses algorítmicos, impactos sobre o mercado de trabalho e limites da regulação.

Atenta a essas questões, a FEBRABAN dedica esta edição do Observatório à temática da Inteligência Artificial. A pesquisa mapeia o grau de conhecimento e familiaridade dos brasileiros com IA, seus padrões de uso, níveis de confiança e expectativas quanto aos impactos econômicos e sociais, além das preocupações com riscos, direitos digitais e o uso da IA no trabalho, na educação e nos serviços financeiros.

Ao revelar como os brasileiros enxergam uma das tecnologias mais transformadoras da atualidade, o Observatório contribui para qualificar o debate público e oferece subsídios a empresas, formuladores de políticas e à sociedade na construção de um ambiente de inovação baseado em confiança, transparência e desenvolvimento responsável.

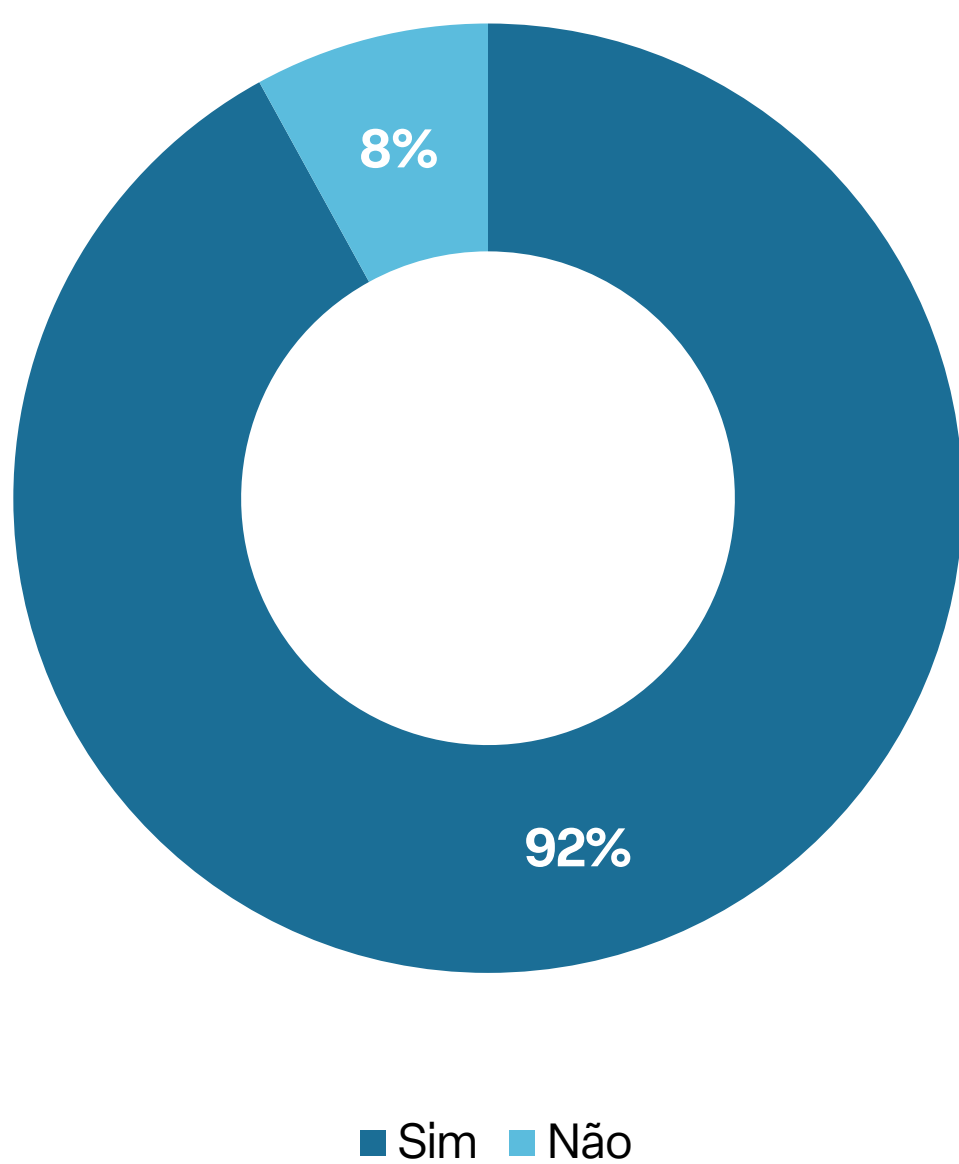


2. FAMILIARIDADE E CONHECIMENTO DE IA

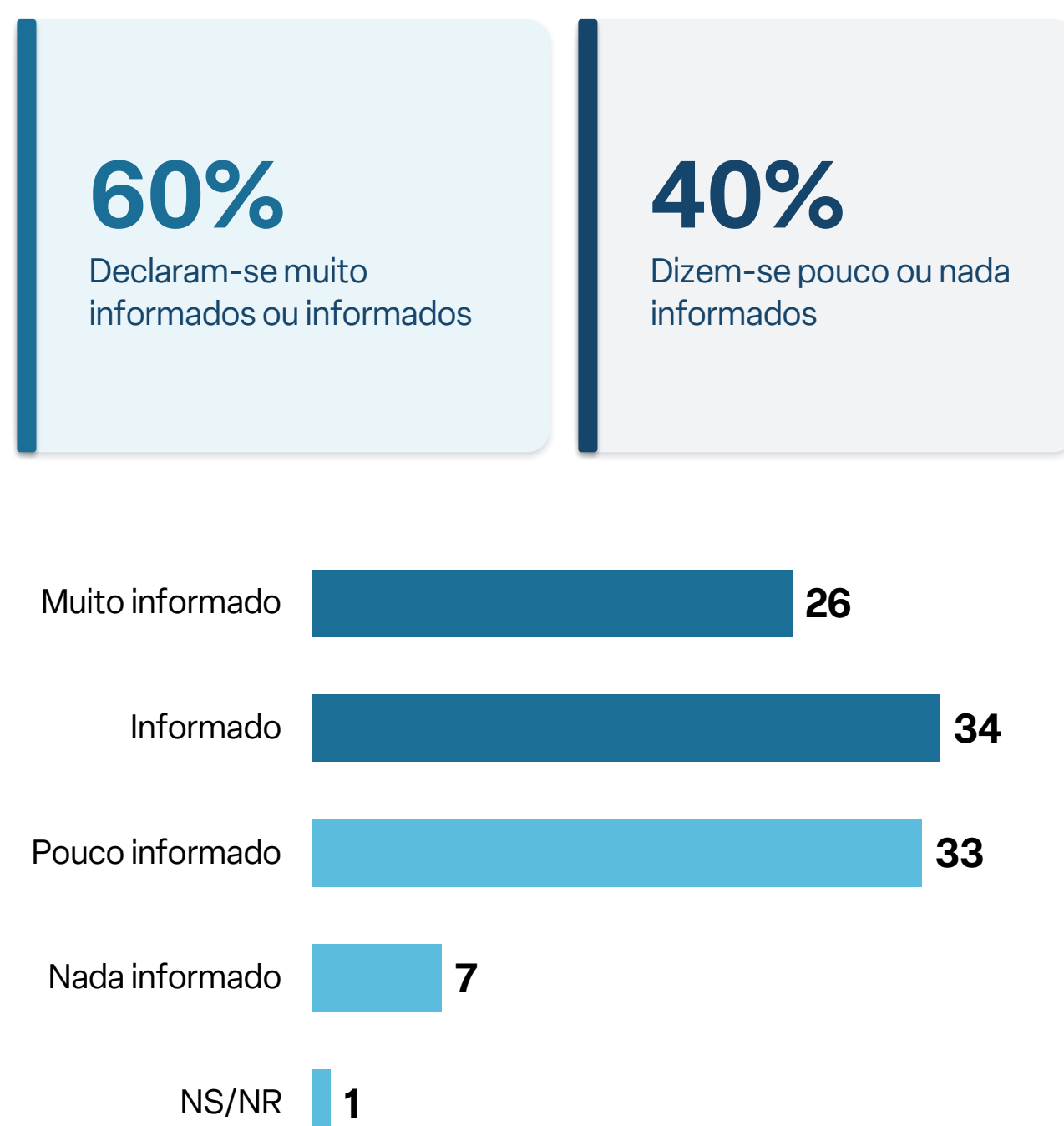
2. FAMILIARIDADE E CONHECIMENTO DE IA

A expressão “inteligência artificial” já faz parte do repertório dos brasileiros.

Já ouviu falar de IA (%)



Nível de informação sobre IA (%) ESTIMULADA



92% dos entrevistados afirmam ter ouvido falar sobre “inteligência artificial” ou “IA”.

Tal nível de familiaridade indica que o tema já circula nas conversas cotidianas e deixou de ser um assunto restrito a especialistas.

Por outro lado, a compreensão sobre IA segue marcada por diferentes graus de informação, acesso e aprofundamento. Enquanto 60% dos respondentes se declaram informados sobre o assunto (sendo 26% muito informados e 34% informados), 40% dizem-se pouco (33%) ou nada informados (7%).

Esse cenário acompanha uma tendência internacional: a inteligência artificial já entrou no vocabulário público, mas sua compreensão ainda é parcial e desigual. Em pesquisa do *Pew Research Center* realizada em 25 países, em 2025, 34% dos adultos, na mediana dos países pesquisados, dizem ter ouvido ou lido muito sobre IA; 47% ouviram ou leram pouco; e 14% afirmam não ter ouvido nada sobre o tema.

P. O(a) Sr(a) já ouviu falar em INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL ou IA?

P. De modo geral, o(a) Sr(a) se sente muito informado, informado, pouco informado ou nada informado sobre inteligência artificial? (LER ALTERNATIVAS) (ESTIMULADA)

2. FAMILIARIDADE E CONHECIMENTO DE IA

A alta familiaridade com o termo "IA" é transversal; o nível de informação depende de escolaridade, renda, idade e região.

Nos segmentos sociodemográficos, a heterogeneidade do nível de informação aparece com mais nitidez.

O contingente que já ouviu falar de IA chega a 84% entre quem tem até o ensino fundamental e sobe para 97% entre pessoas com ensino médio ou superior. Em todas as faixas etárias, esse índice alcança ou ultrapassa 90%. Entre as regiões, esse percentual vai de 88% no Norte a 94% no Sul.

Quando a medida passa para a autopercepção de informação, as distâncias aumentam: entre pessoas com ensino superior, 83% se consideram informadas ou muito informadas, contra 43% no ensino fundamental. Na faixa de renda até 2 SM, os bem informados somam 55%, contra 75% entre os que têm renda acima de 5 SM. A idade também é um marcador importante: 71% dos jovens de 18 a 24 anos se dizem informados ou muito informados sobre IA, ante 44% na faixa de 60 anos ou mais.

No recorte regional, o menor nível de informação é registrado no Nordeste (informados e muito informados: 54%) e o maior no Sul (70%).

Já ouviu falar de IA e nível de informação, por segmento (%) ESTIMULADA

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Já ouviu falar de IA																		
Sim	92	92	91	95	92	92	90	84	97	97	88	98	94	88	90	93	89	94
Não	8	7	9	4	8	8	10	16	3	2	12	2	6	12	10	6	11	5
NS/NR	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Nível de informação sobre IA																		
Muito informado	26	31	21	38	28	24	22	20	26	40	24	27	34	29	28	24	31	28
Informado	34	29	40	33	44	32	22	23	40	43	31	35	41	35	26	37	29	42
Agregado	60	60	61	71	72	56	44	43	66	83	55	62	75	64	54	61	60	70
Pouco informado	33	32	34	28	23	35	46	43	30	16	36	33	21	26	38	31	29	29
Nada informado	7	8	5	1	3	9	10	12	4	1	9	4	4	9	7	7	12	1
Agregado	40	40	39	29	26	44	56	55	34	17	45	37	25	35	45	38	41	30
NS/NR	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0

P. O(a) Sr(a) já ouviu falar em INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL ou IA?

P. De modo geral, o(a) Sr(a) se sente muito informado, informado, pouco informado ou nada informado sobre inteligência artificial? (LER ALTERNATIVAS) (ESTIMULADA)

2. FAMILIARIDADE E CONHECIMENTO DE IA

Contato com o tema difere de domínio: só 35% conhecem bem aplicações como o ChatGPT e similares.

O conhecimento de ferramentas concretas ainda é limitado.

Apesar da alta familiaridade com a expressão “inteligência artificial” e da autopercepção favorável do nível de informação, apenas 35% afirmam conhecer bem ferramentas como ChatGPT, Gemini, Copilot, Claude ou similares.

Outros 45% conhecem essas ferramentas mais ou menos ou apenas de ouvir falar, e 20% dizem não conhecê-las. Trata-se, portanto, de um contingente de 65% ainda sem uma relação consistente ou sem acesso a ferramentas de IA generativa.

CONHECIMENTO SÓLIDO

35%

conhecem bem as ferramentas

CONHECIMENTO FRÁGIL OU DESCONHECIMENTO

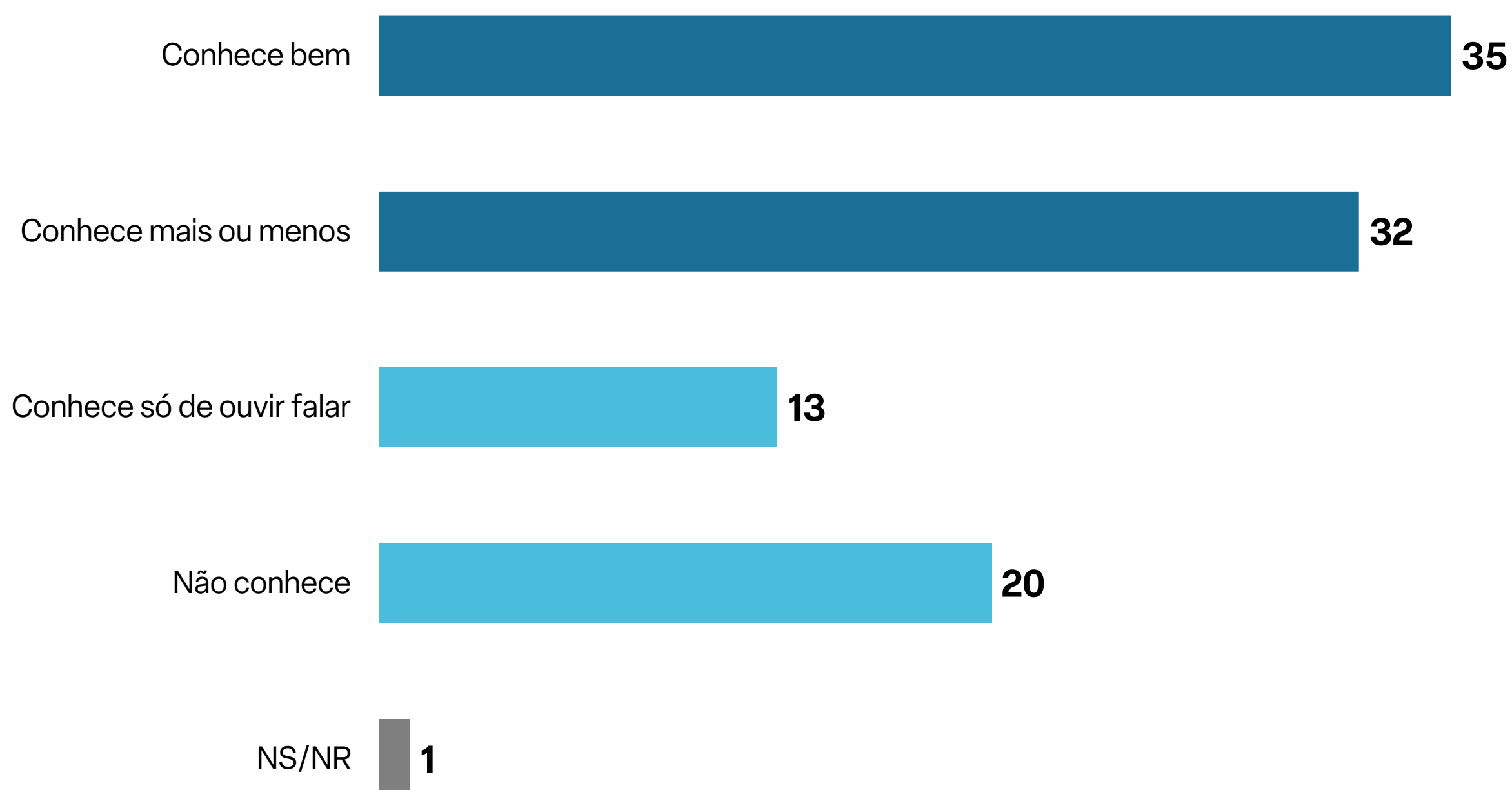
45%

conhecem mais ou menos ou só de ouvir falar

20%

não conhecem nem de ouvir falar

Conhecimento de ferramentas de IA (%) ESTIMULADA



P. O(a) Sr(a) diria que conhece bem, conhece mais ou menos, conhece só de ouvir falar ou não conhece ferramentas como ChatGPT, Gemini, Copilot, Claude ou similares? (LER ALTERNATIVAS) (ESTIMULADA)

2. FAMILIARIDADE E CONHECIMENTO DE IA

As ferramentas de IA ainda chegam de forma desigual aos diferentes públicos.

Nesse quesito, as variações entre segmentos sociodemográficos são expressivas.

Entre jovens de 18 a 24 anos, 54% dizem conhecer bem as ferramentas citadas; entre pessoas com 60 anos ou mais, o índice cai para 18%. Quanto à escolaridade, esse conhecimento mais qualificado passa de 18% no ensino fundamental para 57% no superior. Entre as faixas de renda, de 30% na faixa até 2 SM a 50% na faixa acima de 5 SM. Regionalmente, o Norte apresenta o maior percentual (42%) e o Centro-Oeste o menor (28%).

A distinção entre conhecer o termo e dominar as ferramentas também aparece em pesquisas internacionais. Nos Estados Unidos, levantamento do Pew Research de 2025 mostra que 34% dos adultos já utilizaram o ChatGPT, proporção que praticamente dobrou em relação a 2023. O relatório indica, também, que o avanço rápido do uso de ferramentas específicas ocorre de forma restrita a uma parcela da população.

Conhecimento de ferramentas de IA, por segmento (%) ESTIMULADA

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Conhece bem	35	36	35	54	44	32	18	18	41	57	30	37	50	42	35	36	28	35
Conhece mais ou menos	32	30	34	37	36	28	29	28	35	34	32	33	31	32	25	33	36	40
Conhece só de ouvir falar	13	13	12	3	10	13	20	13	15	5	14	12	10	6	12	14	16	10
Não conhece	20	21	18	5	10	26	32	39	8	4	24	18	10	19	26	17	19	15
NS/NR	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	2	0	0	0

P. O(a) Sr(a) diria que conhece bem, conhece mais ou menos, conhece só de ouvir falar ou não conhece ferramentas como ChatGPT, Gemini, Copilot, Claude ou similares? (LER ALTERNATIVAS) (ESTIMULADA)

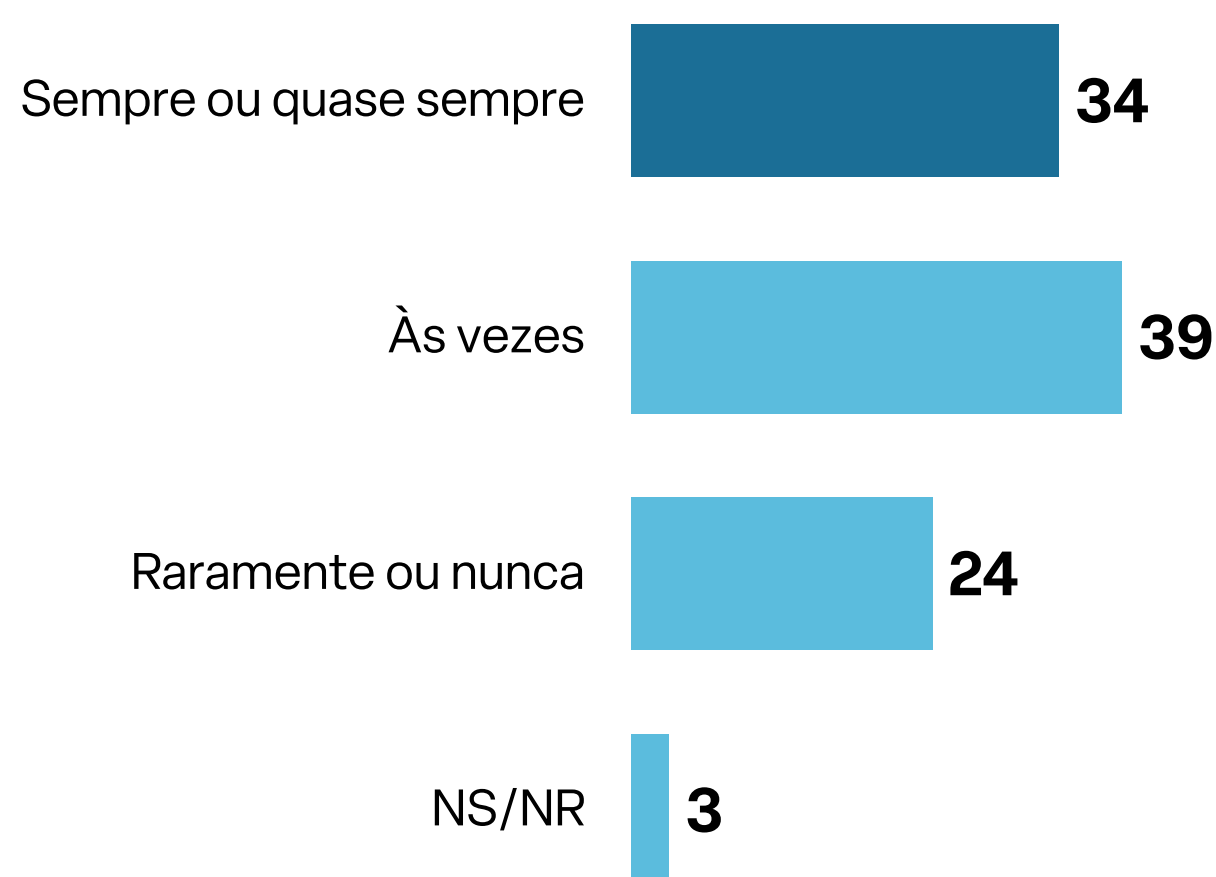
2. FAMILIARIDADE E CONHECIMENTO DE IA

O contato com IA é comum, mas reconhecer seus conteúdos ainda é difícil.

Já teve contato com IA (%)



Consegue identificar conteúdo de IA (%) ESTIMULADA



Cerca de sete em cada dez entrevistados (69%) acreditam já ter tido contato com IA em serviços como atendimento automático, recomendações de conteúdo, reconhecimento facial, aplicativos diversos, bancos ou compras online.

Já a capacidade percebida de identificar conteúdos produzidos por IA é mais limitada: apenas 34% acreditam reconhecer sempre ou quase sempre, 39% só às vezes e 24% raramente ou nunca.

P. O(a) Sr(a) acredita que já teve contato com inteligência artificial em serviços como atendimento automático, recomendações de conteúdo, reconhecimento facial, aplicativos, bancos ou compras online? (LER ALTERNATIVAS) (ESTIMULADA)

P. O(a) Sr(a) acredita que consegue identificar quando um texto, imagem, áudio ou vídeo foi produzido ou alterado por inteligência artificial? (LER ALTERNATIVAS) (ESTIMULADA)

2. FAMILIARIDADE E CONHECIMENTO DE IA

Identificar conteúdos gerados por IA é um desafio para todos os segmentos.

O reconhecimento do contato com IA e de conteúdos gerados por IA varia conforme proximidade digital e perfil socioeconômico.

Os maiores percentuais de contato aparecem entre adultos de 25 a 44 anos (82%), ensino superior (85%) e renda acima de 5 SM (80%); os menores, entre 60 anos ou mais (48%) e ensino fundamental (56%). Já a capacidade de identificar conteúdos de IA é maior entre jovens de 18 a 24 e adultos de 25 a 44 anos (sempre ou quase sempre: 40%) e cai para 27% entre pessoas com 60 anos ou mais.

Contato com IA e identificação de conteúdos, por segmento (%) ESTIMULADA

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Já teve contato com IA																		
Com certeza teve	69	69	70	67	82	71	48	56	74	85	63	74	80	67	68	69	64	77
Talvez tenha tido	16	17	15	22	10	11	30	18	16	13	18	16	11	16	9	20	23	16
Com certeza não teve	10	10	10	11	4	12	16	18	7	2	13	7	7	17	15	8	7	7
NS/NR	4	4	4	0	3	6	6	8	3	1	6	2	1	0	7	4	6	0
Identifica conteúdo de IA																		
Sempre/quase sempre	34	35	34	40	40	32	27	32	34	40	32	38	37	29	36	33	32	43
Às vezes	39	36	42	47	43	33	35	29	46	44	36	41	43	52	34	38	41	40
Raramente	10	10	9	5	8	8	15	11	9	9	11	9	8	3	5	14	11	6
Nunca	14	16	12	6	7	19	22	23	9	6	17	10	11	15	19	12	15	11
NS/NR	3	3	3	1	2	7	1	6	2	0	4	2	1	0	5	3	0	1

P. O(a) Sr(a) acredita que já teve contato com inteligência artificial em serviços como atendimento automático, recomendações de conteúdo, reconhecimento facial, aplicativos, bancos ou compras online? (LER ALTERNATIVAS) (ESTIMULADA)

P. O(a) Sr(a) acredita que consegue identificar quando um texto, imagem, áudio ou vídeo foi produzido ou alterado por inteligência artificial? (LER ALTERNATIVAS) (ESTIMULADA)

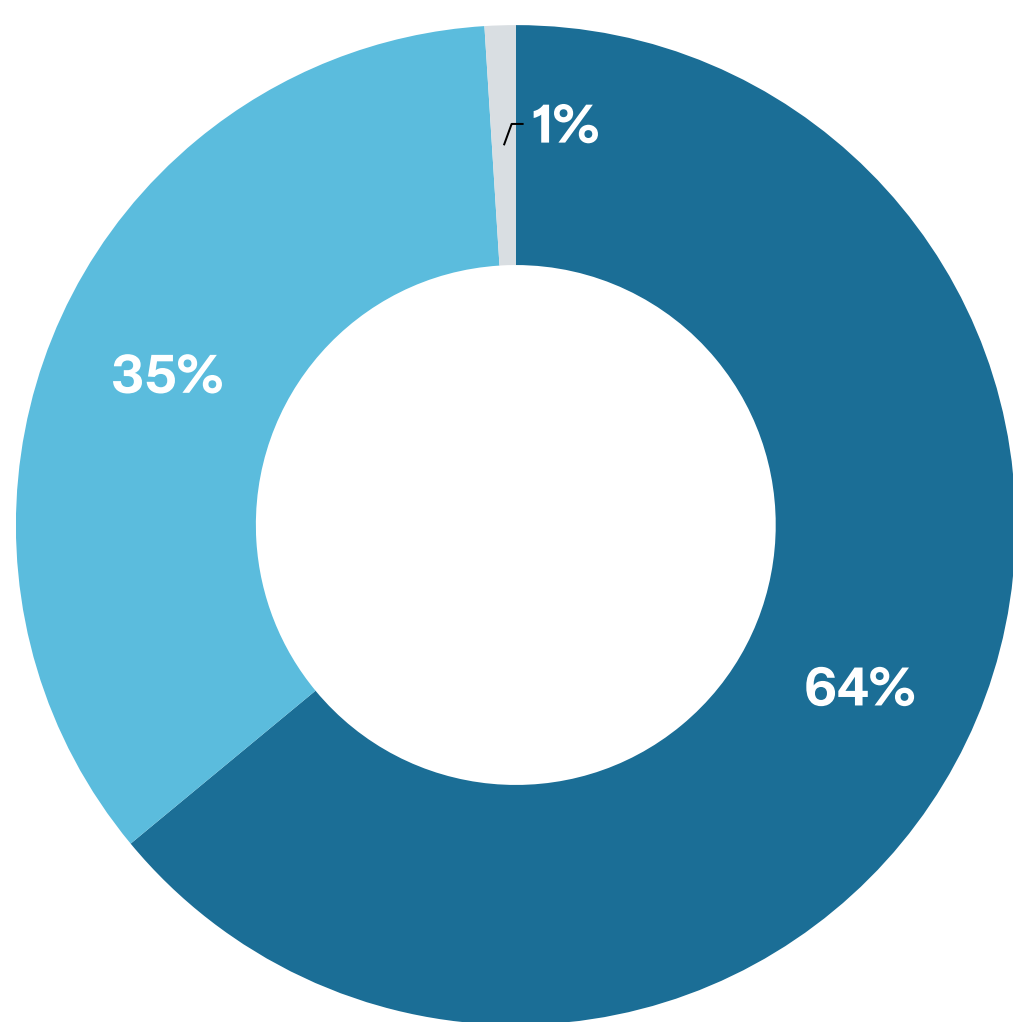


3. USOS E APLICAÇÕES

3. USOS E APLICAÇÕES

O uso efetivo de ferramentas de IA já alcança a maioria dos brasileiros usuários de internet.

Já usou alguma ferramenta de IA (%)



64%

já usaram alguma ferramenta de IA

35%

nunca usaram

■ Já usou ■ Nunca usou ■ NS/NR

64% afirmam ter utilizado algum recurso como chatbot, gerador de texto, imagem, resumo, tradução, assistente virtual ou ferramenta semelhante. Outros 35% dizem nunca ter usado.

A adoção é mais intensa entre jovens e adultos até 44 anos, pessoas com ensino superior e segmentos de maior renda.

O uso chega a 80% entre jovens de 18 a 24 anos e 79% entre adultos de 25 a 44 anos, mas cai para 45% entre pessoas com 60 anos ou mais. Por escolaridade, varia de 42% no ensino fundamental a 89% no superior; por renda, de 56% (até 2 SM) a 79% (acima de 5 SM).

Uso de ferramentas de IA, por segmento

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Já usou	64	59	69	80	79	54	45	42	72	89	56	69	79	67	52	69	54	75
Nunca usou	35	39	30	18	20	45	53	57	27	10	42	31	20	31	48	29	46	24
NS/NR	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	0	2	0	1

P. O(a) Sr(a) já usou alguma ferramenta de inteligência artificial, como chatbot, gerador de texto, imagem, resumo, tradução, assistente virtual ou ferramenta parecida? (RESPOSTA ÚNICA)

3. USOS E APLICAÇÕES

Entre quem não usa, medo de erro e preocupação com dados lideram as barreiras.

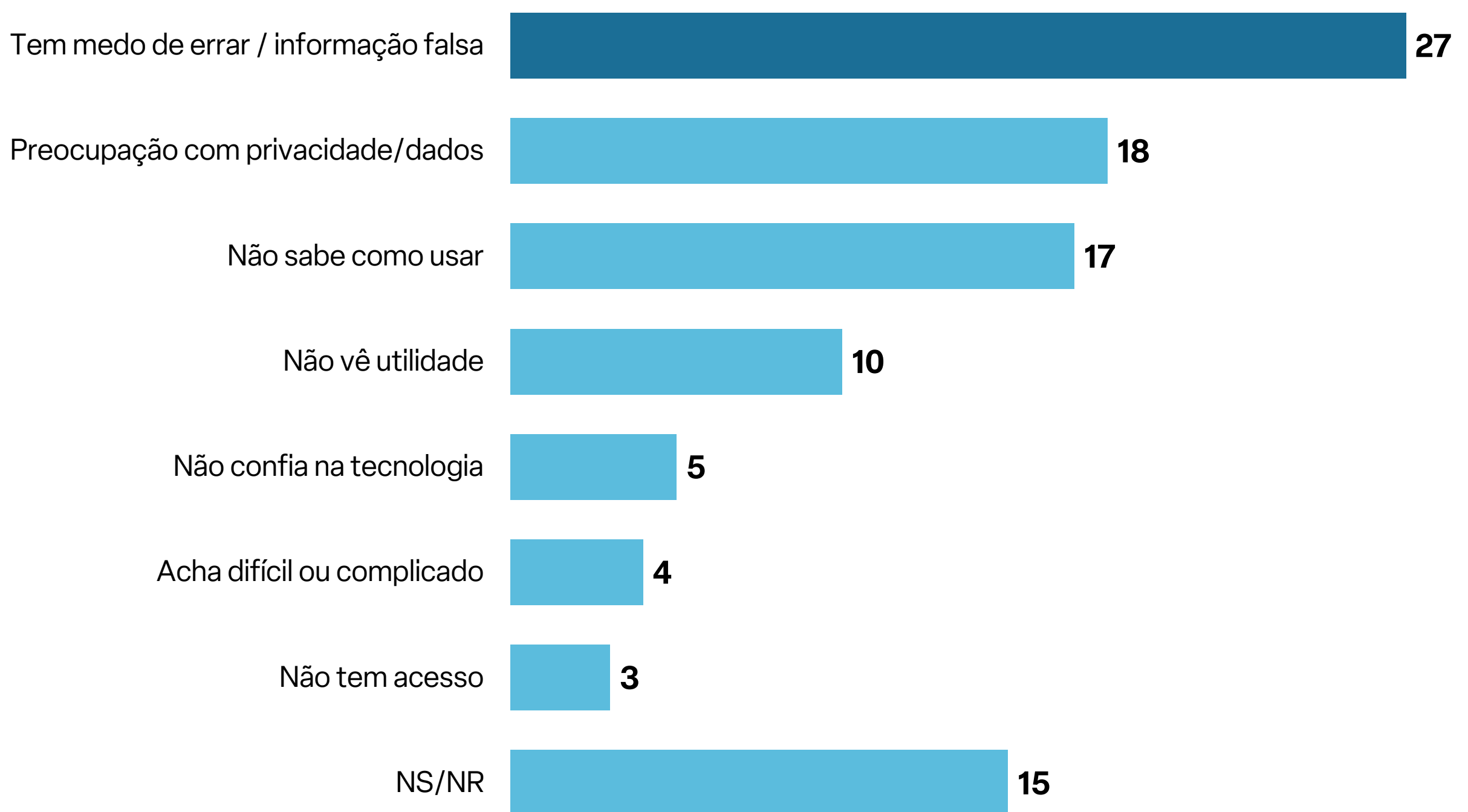
As barreiras centrais associam-se a confiança, segurança e compreensão do uso.

O medo de errar ou receber informação falsa é a principal razão (27%), seguido por preocupação com privacidade ou uso de dados (18%) e não saber como usar (17%).

Ampliar a adoção exige letramento digital, orientação de uso e transparência sobre dados, e não apenas acesso às ferramentas.

Principal razão para não usar IA (%)

Apenas para quem nunca usou IA



P. Qual é a principal razão para o(a) Sr(a) não usar inteligência artificial, em primeiro lugar? (ESTIMULADA - 1ª RESPOSTA)

3. USOS E APLICAÇÕES

O medo de errar ou receber informação falsa lidera em praticamente todos os segmentos (no grupo de não usuários).

Esse temor perpassa todos os segmentos, variando de 33% entre os jovens de 18 a 24 anos a 18% no Centro-Oeste.

A preocupação com privacidade e uso de dados aparece em segundo lugar, com 18%, e cresce entre mulheres (25%), pessoas com ensino superior (25%) e renda acima de 5 SM (26%).

Não saber como usar pesa mais entre jovens (23%), pessoas de 45 anos ou mais (21%), entrevistados com ensino fundamental e renda até 2 SM (20%) e moradores do Norte (22%).

A falta de utilidade percebida é menor no total, mas se destaca entre pessoas com 60 anos ou mais (17%) e no Centro-Oeste (19%).

Principal razão para não usar IA, por segmento (%)

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Tem medo de errar ou receber informação falsa	27	27	27	33	23	28	29	27	26	29	26	29	25	30	30	25	18	32
Tem preocupação com privacidade ou uso de dados	18	13	25	17	24	18	11	12	21	25	14	22	26	19	18	19	20	15
Não sabe como usar	17	19	15	23	9	21	21	20	16	12	20	14	11	22	15	20	7	14
Não vê utilidade	10	12	8	5	9	7	17	12	10	6	10	11	8	1	9	10	19	11
Não confia nesse tipo de tecnologia	5	6	5	3	7	5	5	5	7	4	5	5	7	1	6	4	13	4
Acha difícil ou complicado	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	3	5	3	5	4	7	5
Não tem acesso a esse tipo de ferramenta	3	3	4	1	3	4	4	5	3	1	4	3	1	5	5	3	2	2
NS/NR	15	16	13	11	22	13	8	14	13	20	14	14	17	18	12	16	14	16

P. Qual é a principal razão para o(a) Sr(a) não usar inteligência artificial, em primeiro lugar? (Base: não usuários)

3. USOS E APLICAÇÕES

Uma vez adotada, a IA tende a ser usada com frequência.

Entre os usuários de ferramentas de IA, somam 71% os que usam semanalmente: 32% todos os dias ou quase; e 39% algumas vezes por semana.

O uso diário é mais elevado entre pessoas com ensino superior (42%) e renda acima de cinco SM (40%).

Mesmo entre usuários com 60 anos ou mais, 70% usam IA ao menos semanalmente, sugerindo que a barreira etária pesa mais na entrada do que na frequência.

71%

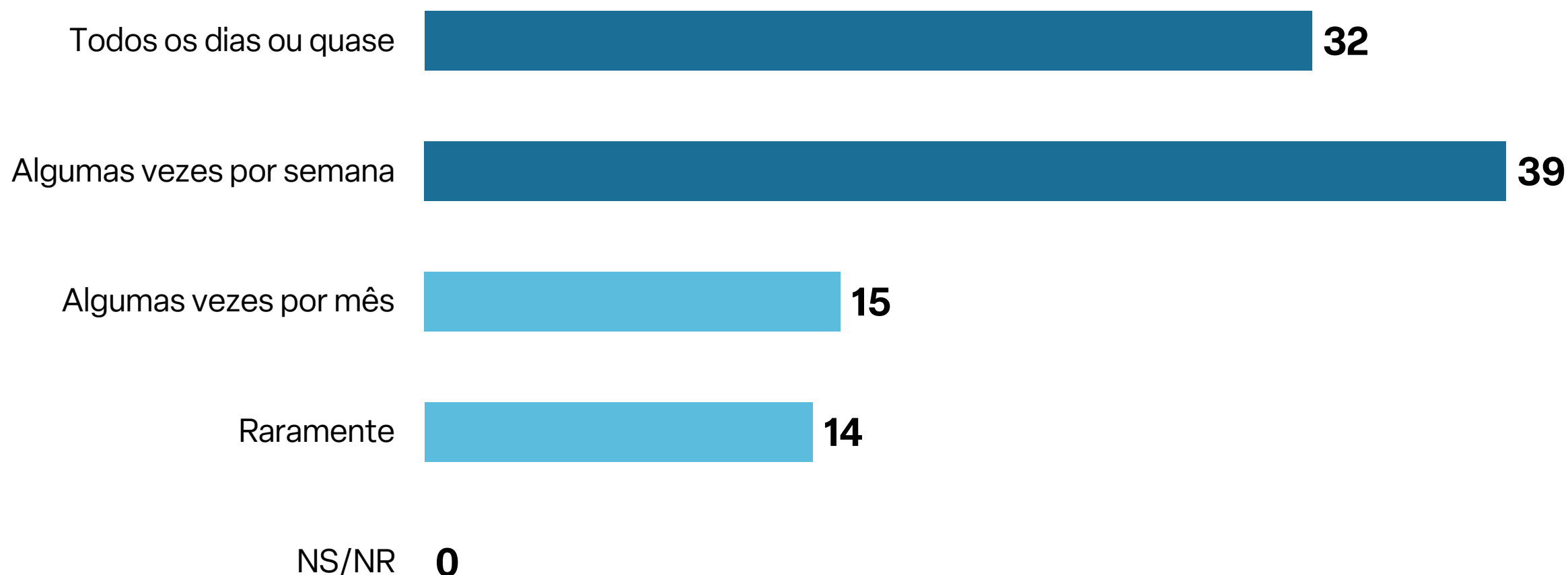
usam IA ao menos uma vez por semana

14%

usam raramente

Frequência de uso de IA (%) ESTIMULADA

Apenas para quem já usou ou usa IA



Frequência de uso de ferramentas de IA, por segmento (%)

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Todos os dias ou quase todos os dias	32	36	27	39	33	30	25	30	27	42	29	30	40	30	35	35	23	22
Algumas vezes por semana	39	36	42	42	39	35	45	32	44	39	37	43	38	42	42	37	41	41
Algumas vezes por mês	15	15	15	8	15	16	20	23	13	11	16	15	11	5	10	16	19	26
Raramente	14	12	15	10	13	19	10	16	15	8	17	11	9	22	13	13	17	11
NS/NR	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0

P. Com que frequência o(a) Sr(a) usa ferramentas de inteligência artificial? (ESTIMULADA)

3. USOS E APLICAÇÕES

Buscar informações e tirar dúvidas é, de longe, o principal uso.

A principal finalidade é tirar dúvidas ou buscar informações, citada por 62% dos usuários como primeira resposta.

Em patamares menores aparecem criar conteúdos criativos (12%), usos profissionais (9%) e estudos (8%).

Destaque para a criação de imagens, vídeos, músicas ou conteúdos criativos entre jovens de 18 a 24 anos (17%) e os que têm até o fundamental (23%).

O uso profissional sobressai entre pessoas com ensino superior (13%) e renda acima de 5 SM (14%). Estudos e aprendizado têm menções mais altas entre homens (12%) e pessoas com ensino superior (10%).

Para que mais usa IA (%)

Apenas para quem já usou IA



Principal finalidade de uso da IA, por segmento (%)

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Tirar dúvidas ou buscar informações	62	57	67	62	62	59	65	50	68	63	63	58	63	75	57	62	61	63
Criar imagens, vídeos, músicas ou conteúdos criativos	12	10	14	17	12	12	8	23	9	7	14	12	9	8	8	14	17	11
Ajudar no trabalho ou em tarefas profissionais	9	12	7	6	9	12	8	7	8	13	5	12	14	7	12	7	13	12
Ajudar em estudos, cursos ou aprendizado	8	12	5	7	9	10	6	9	7	10	8	11	6	6	10	9	6	7
Atendimento em empresas, bancos ou serviços	2	2	3	1	2	3	4	5	2	1	4	1	2	1	7	1	2	1
Organizar tarefas pessoais ou agenda	2	4	1	5	3	1	1	5	1	2	3	1	1	1	2	3	0	1
Escrever, revisar ou resumir textos	2	2	2	2	3	2	1	0	2	4	1	3	3	2	2	2	1	2
Nenhuma	1	1	0	0	0	0	2	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
Companhia, conversa ou apoio emocional	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
NS/NR	1	1	1	0	0	1	3	2	1	0	1	2	0	2	0	1	1	1

P. Das situações listadas, para qual delas o(a) Sr(a) mais usa inteligência artificial, em primeiro lugar? (ESTIMULADA - 1ª RESPOSTA)

3. USOS E APLICAÇÕES

Experiência positiva e confiança alta marcam a relação com IA entre os usuários.

Avaliação da experiência (%)

88%

positiva ou muito positiva

Confiança nas respostas (%)

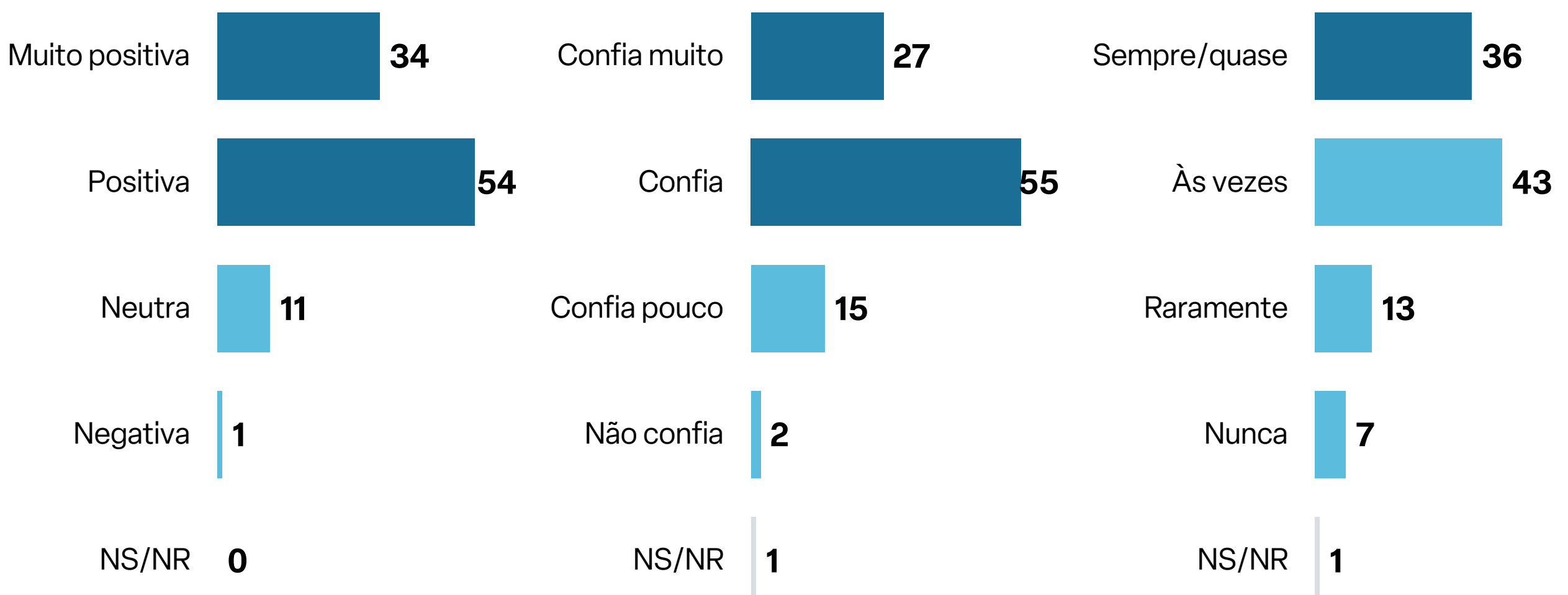
82%

confiam muito ou confiam

Confere em outra fonte (%)

36%

sempre ou quase sempre



A avaliação da experiência com IA é amplamente favorável entre os usuários: 88% a classificam como positiva ou muito positiva, 11% são neutros e apenas 1% relata experiência negativa.

A confiança nas respostas fornecidas por IA é elevada: 82% confiam muito (27%) ou confiam (55%), e apenas 36% conferem respostas dadas por IA sempre ou quase sempre em outra fonte – num contexto de desinformação e deepfakes, esse resultado evidencia a importância do debate sobre o letramento para uso crítico.

P. De modo geral, como o(a) Sr(a) avalia sua experiência com ferramentas de inteligência artificial? (ESTIMULADA)

P. Quanto o(a) Sr(a) confia nas respostas dadas por ferramentas de IA? E costuma conferir em outra fonte? (ESTIMULADA)

3. USOS E APLICAÇÕES

Experiência positiva e alta confiança atravessam todos os perfis sociodemográficos de usuários de IA, mas com diferentes intensidades.

A avaliação positiva da experiência com IA ultrapassa 90% entre os homens (91%), jovens de 18 a 24 anos (92%), pessoas com ensino superior (93%) e renda acima de 5 SM (92%), Norte (96%) e Sul (93%). Esse percentual fica abaixo de 80% apenas entre os que têm 60 anos ou mais (78%).

A confiança nas respostas fornecidas por IA passa de 75% em todos os estratos e regiões, mas praticamente repete o padrão da experiência, sendo mais alta entre os homens, na faixa de 25 a 44 anos e ensino superior, todos com 86%. Entre as regiões a confiança é mais alta no Norte (93%) e no Centro-Oeste (90%).

Nos perfis sociodemográficos, o hábito de conferir informações oriundas de IA “sempre ou quase sempre” é maior onde a confiança não é tão alta: pessoas de 60 anos ou mais (43%) e aqueles com ensino fundamental (43%).

Avaliação da experiência com ferramentas de IA, por segmento (%)

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Muito positiva + positiva	88	91	84	92	90	86	78	87	85	93	88	85	92	96	86	85	90	93
Nem positiva nem negativa	11	9	13	8	9	13	19	11	14	7	12	13	7	3	13	13	10	6
Negativa + muito negativa	1	0	1	0	0	0	3	2	0	1	0	2	1	0	1	1	1	0
NS/NR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0

Confiança nas respostas dadas pela IA, por segmento (%)

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Confia muito + confia	82	86	79	77	86	82	80	84	79	86	82	81	85	93	85	80	90	76
Confia pouco + não confia	17	14	20	22	14	18	16	13	20	14	17	17	15	7	14	19	10	22
NS/NR	1	0	1	1	0	1	4	2	0	1	0	2	1	1	0	1	1	1

Hábito de conferir informações geradas por IA, por segmento (%)

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Sempre ou quase sempre	36	39	33	30	31	41	43	43	28	42	38	30	39	24	37	38	42	30
Às vezes	43	41	46	51	47	35	42	36	49	41	43	45	43	51	45	41	43	48
Raramente	13	11	15	10	14	13	10	14	13	12	12	17	10	20	10	13	12	12
Nunca	7	9	6	8	7	10	4	7	9	5	7	8	8	5	8	8	3	10
NS/NR	1	1	0	1	0	0	2	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0

P. De modo geral, como o(a) Sr(a) avalia sua experiência com ferramentas de inteligência artificial? (Base: já usou IA)

P. Quanto o(a) Sr(a) confia nas respostas dadas por ferramentas de inteligência artificial?

P. Quando recebe uma informação gerada por inteligência artificial, o(a) Sr(a) costuma conferir em outra fonte?

3. USOS E APLICAÇÕES

A IA é vista sobretudo como ganho de tempo e aprendizado.

Os entrevistados destacam principalmente benefícios práticos: ganhar tempo (39%) e aprender coisas novas (31%).

Melhorar a qualidade de textos, ideias ou decisões aparece com 12% e resolver problemas práticos com 9%.

Maior agilidade no atendimento e economizar dinheiro têm menções escassas (5% e 3%).

Principal vantagem esperada na IA (%)



Entre os segmentos, ganhar tempo se destaca entre pessoas de 45 a 59 anos (48%), homens (42%), quem tem ensino fundamental ou superior (41% em ambos), renda acima de 5 SM (43%) e moradores do Nordeste (42%) e Centro-Oeste (41%).

Aprender coisas novas aparece com mais força entre pessoas de 60 anos ou mais (38%), mulheres (34%), quem tem até o fundamental (36%), renda de até 2 SM (37%) e, sobretudo, no Centro-Oeste (46%).

A expectativa de melhorar a qualidade de textos, ideias ou decisões é mais presente entre jovens de 18 a 24 anos (21%), pessoas com ensino superior (17%) e renda acima de 5 SM (15%).

Resolver problemas práticos ganha mais peso entre os de 25 a 44 anos (11%), pessoas com ensino médio ou superior (11%) e moradores do Norte e do Sul (13% em ambos).

Principal vantagem esperada no uso da IA, por segmento (%)

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Ganhar tempo	39	42	36	37	38	48	30	41	37	41	36	41	43	30	42	40	41	35
Aprender coisas novas	31	28	34	28	31	28	38	36	31	26	37	27	22	32	26	30	46	34
Melhorar a qualidade de textos, ideias ou decisões	12	13	12	21	11	10	15	9	12	17	10	15	15	10	13	13	6	15
Resolver problemas práticos	9	10	7	5	11	8	8	2	11	11	5	13	12	13	10	7	3	13
Economizar dinheiro	3	4	1	3	2	1	5	5	2	2	3	2	2	2	3	3	1	1
Receber atendimento mais rápido	5	2	7	4	6	4	4	7	5	3	7	1	5	12	4	5	1	2
Não vê vantagem	1	1	2	2	1	2	0	0	2	1	2	1	1	0	2	1	2	1
NS/NR	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0

P. Quando usa ou pensa em usar inteligência artificial, qual é a principal vantagem esperada? (ESTIMULADA)



4. SENTIMENTOS E PREOCUPAÇÕES

4. SENTIMENTOS E PREOCUPAÇÕES

Entusiasmo, conveniência e cautela permeiam a relação dos brasileiros com IA.

A análise conjunta dos resultados permite identificar três perfis que representam gradientes de favorabilidade à IA entre os brasileiros:

ENTUSIASTAS 30%	PRAGMÁTICOS 44%	CÉTICOS 27%
<p>Relação positiva e confiante</p> <p>Usam IA no dia a dia, sentem-se informados e veem mais benefícios do que riscos, confiando na tecnologia, inclusive nos bancos.</p> <p>Perfil mais jovem, escolarizado e de maior renda.</p>	<p>Equilíbrio entre benefícios e riscos</p> <p>Reconhecem o potencial da IA, já usam, mas com confiança moderada. É o maior grupo e tende a definir o tom geral da opinião pública sobre IA no país.</p> <p>Distribuição equilibrada por sexo e idade, predomínio de escolaridade média-superior e renda entre 2 e 5 SM.</p>	<p>Predomínio de preocupação</p> <p>Menor uso e menor confiança, com avaliações mais neutras ou negativas.</p> <p>Concentra mais mulheres, pessoas de menor renda e escolaridade e faixas etárias mais avançadas.</p>

INDICADORES-CHAVE POR SEGMENTO (%)

Indicador	Entusiastas	Pragmáticos	Céticos
Sentem entusiasmo	81%	20%	5%
Sentem preocupação	3%	20%	41%
Veem mais benefícios que riscos	85%	30%	6%
Veem mais prejuízos que benefícios	1%	6%	38%
Já usaram ou usam alguma ferramenta de IA	95%	78%	63%
Sentem-se informados sobre IA	93%	72%	56%
Confiam na IA usada por bancos	80%	37%	9%

* Clusters formados por análise de 17 atitudes sobre IA (sentimento, confiança, benefícios x riscos, preocupações e uso)
Método: K-means sobre 17 itens atitudinais padronizados.

4. SENTIMENTOS E PREOCUPAÇÕES

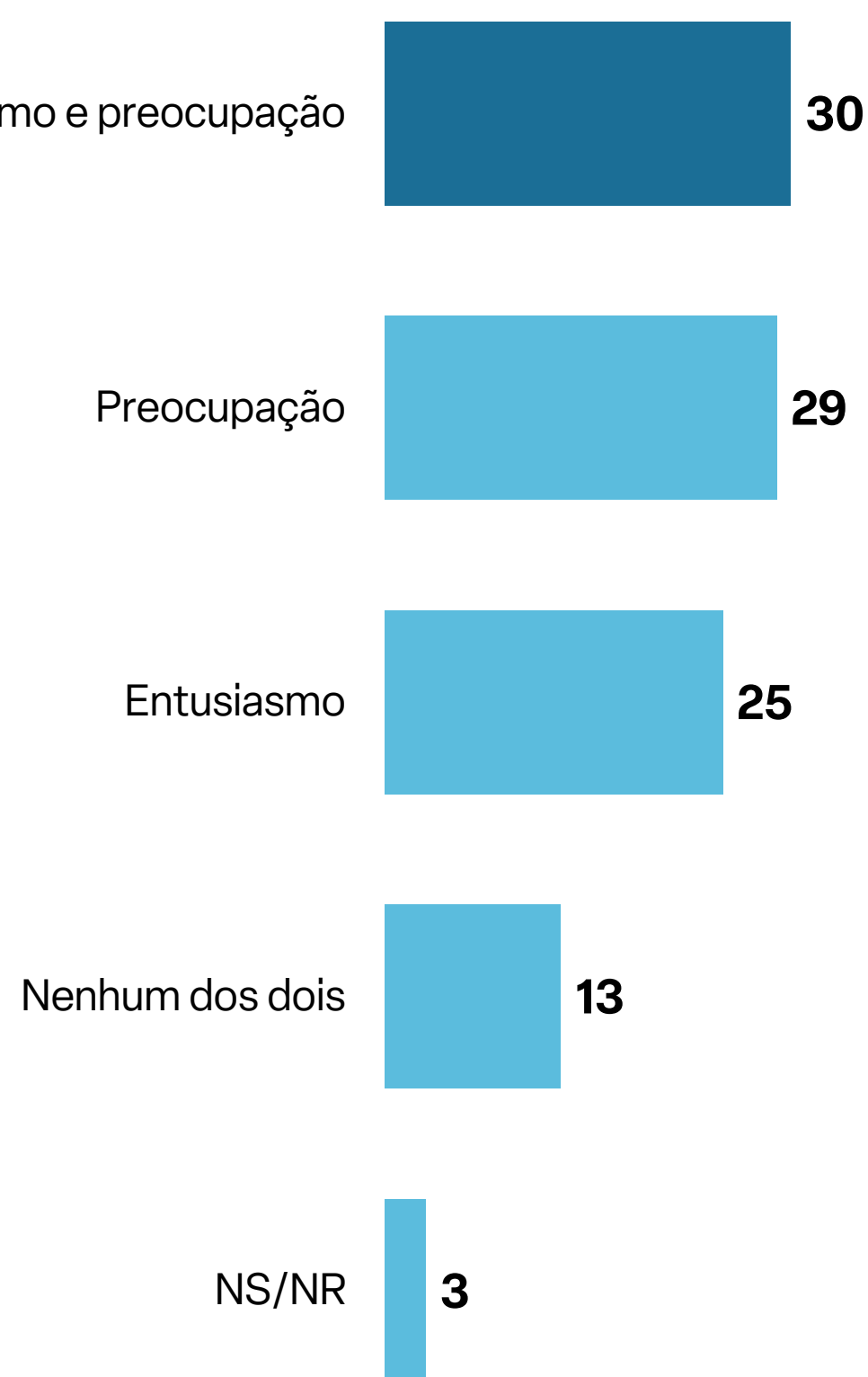
Entusiasmo e preocupação caminham juntos.

A visão dos brasileiros sobre IA é marcada por ambivalência.

O sentimento mais citado é a combinação de entusiasmo e preocupação (30%), seguido da preocupação isolada (29%) e do entusiasmo isolado (25%).

Tal ambivalência dialoga com o *Ipsos AI Monitor 2025*, realizado em 30 países, no qual 52% dos entrevistados, na média global, dizem estar entusiasmados com produtos e serviços que usam IA, enquanto 53% afirmam que a IA os deixa nervosos. O estudo sintetiza esse quadro como uma combinação de *wonder and worry* – encantamento e preocupação diante dos avanços da inteligência artificial.

Sentimento predominante sobre IA (%)



Entre jovens de 18 a 24 anos, a combinação de entusiasmo e preocupação chega a 43%; entre 60 anos ou mais, a preocupação alcança 43%.

Sentimento predominante sobre IA, por segmento (%)

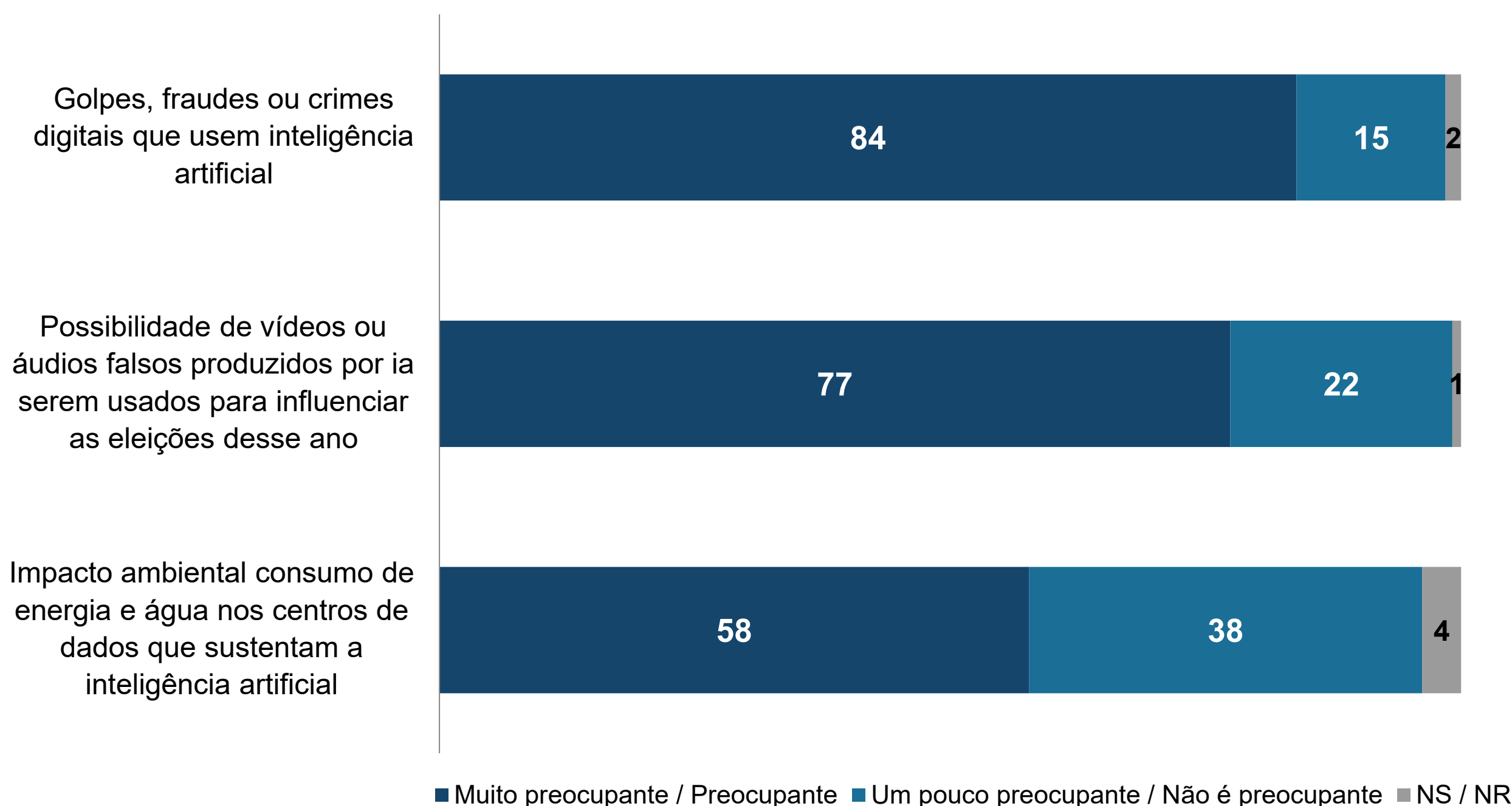
	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Entusiasmo	25	26	25	30	36	20	14	14	28	41	20	30	36	33	24	27	20	22
Preocupação	29	29	29	13	21	33	43	40	24	16	32	29	19	26	27	30	36	24
Os dois	30	28	32	43	27	30	29	25	32	36	30	28	34	36	29	28	27	38
Nenhum dos dois	13	14	11	13	15	14	8	14	14	7	14	11	11	4	16	11	16	15
NS/NR	3	3	3	1	1	4	5	6	1	1	4	2	1	1	4	4	1	1

P. Qual desses sentimentos descreve melhor a sua visão geral sobre inteligência artificial hoje? (ESTIMULADA)

4. SENTIMENTOS E PREOCUPAÇÕES

As principais preocupações com o uso da IA concentram-se em riscos de segurança e desinformação política.

Usos da IA considerados muito preocupantes ou preocupantes (%) ESTIMULADA



Golpes, fraudes e crimes digitais com IA lideram, considerados muito preocupantes ou preocupantes por 84% dos entrevistados, seguidos por vídeos e áudios falsos influenciando as eleições, com 77%.

O impacto ambiental dos data centers também aparece como preocupação relevante, embora em patamar menor, com 58%.

A preocupação com deepfakes e conteúdos sintéticos no processo eleitoral encontra paralelo em estudos recentes sobre a relação entre IA e o processo democrático. No recorte brasileiro do relatório *Trust, attitudes and use of artificial intelligence: a global study 2025*, da KPMG/Universidade de Melbourne, 70% dos entrevistados disseram temer que eleições possam ser manipuladas por IA; já o estudo *DemocracIA*, da Luminare/Ipsos, apontou que 40% da população pesquisada na América Latina acredita que a IA pode afetar a integridade das eleições.

4. SENTIMENTOS E PREOCUPAÇÕES

A hierarquia de preocupações é a mesma entre os estratos sociodemográficos e regiões.

Riscos da IA considerados MUITO PREOCUPANTES ou PREOCUPANTES, por segmento (%)

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Golpes, fraudes ou crimes digitais com IA	84	83	85	79	82	85	87	81	86	88	85	84	82	75	88	82	90	82
Deepfakes influenciando eleições	77	76	80	78	74	80	80	78	76	78	78	75	76	75	79	76	86	76
Impacto ambiental dos data centers	58	53	64	72	57	49	63	57	58	59	62	53	51	63	57	59	62	46

A preocupação com **golpes e crimes digitais** se mantém elevada em praticamente todos os segmentos, alcançando 87% entre pessoas com 60 anos ou mais, 86% no ensino médio e 88% no superior. No recorte regional, o índice chega a 90% no Centro-Oeste e a 88% no Nordeste. Esses resultados indicam que a associação entre IA e riscos de fraude já está fortemente presente na percepção pública, independentemente do perfil sociodemográfico.

A possibilidade de **deepfakes** influenciarem as eleições também aparece como um ponto sensível. O tema é considerado muito preocupante ou preocupante por 77% dos entrevistados, com percentuais mais altos entre mulheres (80%), pessoas de 45 a 59 anos e de 60 anos ou mais (ambas com 80%) e moradores do Centro-Oeste (86%). O dado reforça a percepção de que a IA pode ampliar desafios já existentes no ambiente informacional, como desinformação, manipulação de imagem e dificuldade de verificação de conteúdos.

O **impacto ambiental** do consumo de energia e água nos centros de dados que sustentam a IA desperta preocupação em menor intensidade, mas ainda de forma majoritária: 58% consideram esse tema muito preocupante ou preocupante. A sensibilidade é mais elevada entre jovens de 18 a 24 anos (72%), mulheres (64%), pessoas com 60 anos ou mais (63%), moradores do Norte (63%) e do Centro-Oeste (62%). Por outro lado, 38% avaliam esse risco como pouco preocupante ou não preocupante, percentual que chega a 52% no Sul.

P. O quanto o(a) Sr(a) considera preocupante o uso de inteligência artificial para cada uma destas situações? (ESTIMULADA)

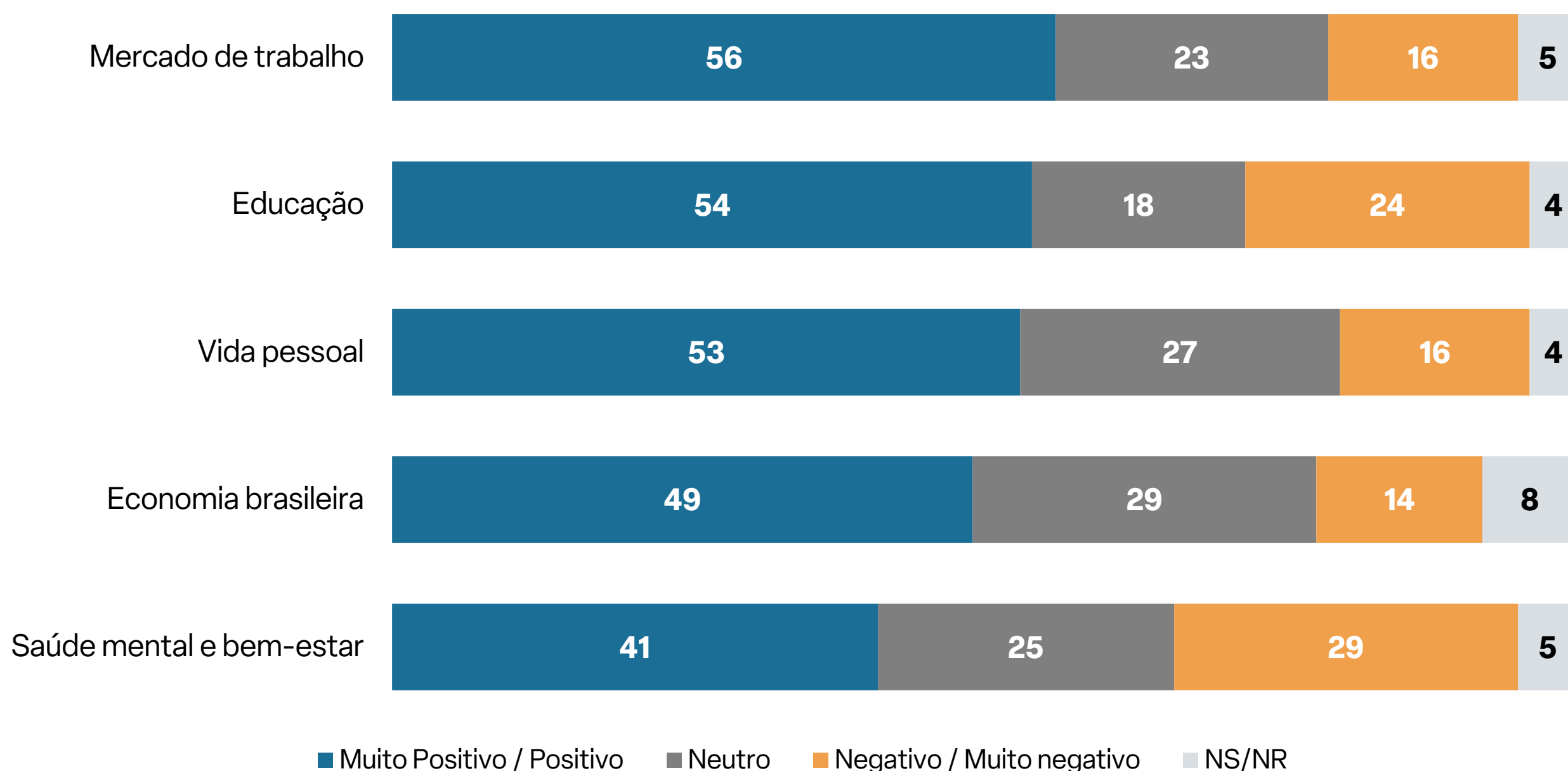


5. PERCEPÇÃO DE IMPACTO

5. PERCEPÇÃO DE IMPACTO

Hoje, o mercado de trabalho é visto como a área em que a IA tem impacto mais positivo.

Impacto da IA por área (%) ESTIMULADA



Considerando o momento presente, a percepção de impacto positivo da IA fica acima de 50% em três das cinco áreas avaliadas.

O mercado de trabalho aparece no topo, com 56% de menções favoráveis; seguido por educação (54%) e vida pessoal (53%). Vêm em seguida, abaixo de 50%, economia do país (49%) e saúde mental e bem-estar (41%).

Esse padrão moderado dialoga com o debate internacional. Quanto ao mundo do trabalho, instituições como o FMI e a OCDE destacam o potencial de ganhos de produtividade e renda, mas alertam para riscos de desigualdade, dificuldade de adaptação entre trabalhadores mais velhos, assimetrias de qualificação, além de preocupações com privacidade e intensidade do trabalho.

Na educação, a percepção positiva convive com urgentes desafios de governança. A UNESCO identificou, em pesquisa global realizada em 2023 com mais de 450 escolas e universidades, que menos de 10% contavam com políticas institucionais ou orientação formal sobre o uso de IA generativa, o que reforça a necessidade de regulação, capacitação docente e preservação da agência humana no processo pedagógico.

Em saúde mental e bem-estar, a cautela capturada encontra respaldo em posicionamentos institucionais recentes. Em 2026, especialistas apoiados pela OMS alertaram para a rápida difusão, ainda pouco testada, de sistemas de IA generativa voltados ao suporte em saúde mental, com atenção especial aos riscos para o bem-estar de jovens e à necessidade de governança baseada em evidências, ética e segurança.

P. O(a) Sr(a) acha que a IA tem impacto muito positivo, positivo, neutro, negativo ou muito negativo em cada área? (ESTIMULADA)

5. PERCEPÇÃO DE IMPACTO

Em todas as áreas, homens tendem a ser mais otimistas que as mulheres sobre o impacto da IA.

A análise por segmentos e regiões apresenta alguns padrões que merecem destaque.

- **Segmento masculino enxerga mais impacto positivo.** A diferença é mais forte em saúde mental e bem-estar, com 45% de avaliação positiva entre homens e 36% entre mulheres. Também aparece em educação, 58% contra 49%, e mercado de trabalho, 59% contra 52%.
- **Maior escolaridade está associada a maior percepção positiva de impacto.** O ensino superior registra os maiores percentuais positivos em quase todas as áreas: vida pessoal, 69%, educação, 64%, mercado de trabalho, 61%, economia brasileira, 56%, e saúde mental, 47%. No fundamental, os percentuais são mais baixos, sobretudo em educação (45%) e saúde mental (37%).
- **A renda mais alta concentra maior favorabilidade, especialmente em educação e vida pessoal.** Entre quem ganha mais de 5 SM, a avaliação positiva chega a 62% em educação e 61% em vida pessoal, contra 48% nos dois casos entre quem ganha até 2 SM.
- **Percepção de impacto positivo da IA na vida pessoal tem forte contraste por idade e escolaridade.** Pessoas de 25 a 44 anos são as mais otimistas, 66%, enquanto as de 60 anos ou mais ficam em 45%. No ensino superior, o índice chega a 69%, contra 46% no fundamental.
- **Saúde mental e bem-estar é a área mais sensível entre mulheres e entre aqueles com baixa escolaridade.** A opinião negativa nesse quesito chega a 34% entre mulheres e 34% entre pessoas com ensino fundamental. No Centro-Oeste, também é mais alta (36%).
- **Região mostra diferenças relevantes.** O Nordeste se destaca pela avaliação positiva no mercado de trabalho (62%) e o Sul em vida pessoal (66%). Já o Centro-Oeste aparece mais cauteloso: 39% de avaliação positiva em vida pessoal, 46% em mercado de trabalho e o maior percentual negativo em saúde mental (36%).

5. PERCEPÇÃO DE IMPACTO

Em todas as áreas, homens tendem a ser mais otimistas que as mulheres sobre o impacto da IA.

Impacto da IA por área, por segmento (%)

Área	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Mercado de trabalho																		
Muito positivo + positivo	56	59	52	51	59	55	52	54	55	61	53	58	58	50	62	54	46	56
Neutro	23	23	24	30	23	19	27	28	22	18	25	23	20	38	17	24	22	28
Muito negativo + negativo	16	12	20	16	14	19	13	11	19	18	16	14	19	9	20	15	20	10
NS/NR	5	7	4	3	3	6	8	8	4	3	6	5	4	3	2	6	11	7
Educação																		
Muito positivo + positivo	54	58	49	47	56	52	55	45	58	64	48	59	62	54	55	52	49	59
Neutro	18	15	22	25	20	15	17	21	18	13	21	19	9	30	20	16	14	17
Muito negativo + negativo	24	20	28	26	23	26	21	28	20	22	26	19	26	7	22	26	30	21
NS/NR	4	7	2	2	2	6	8	7	4	2	6	3	3	9	2	5	6	2
Vida pessoal																		
Muito positivo + positivo	53	56	51	53	66	46	45	46	53	69	48	58	61	55	55	51	39	66
Neutro	27	24	30	39	19	27	32	21	33	23	24	31	27	26	27	27	32	22
Muito negativo + negativo	17	16	16	6	14	22	18	28	10	6	22	9	10	12	14	18	27	7
NS/NR	4	4	3	2	2	5	5	6	3	1	5	3	1	8	3	4	2	4
Economia brasileira																		
Muito positivo + positivo	49	50	47	40	57	46	45	48	47	56	47	51	55	56	56	44	44	54
Neutro	29	26	33	43	27	26	29	27	32	26	30	29	26	33	23	32	23	30
Muito negativo + negativo	14	14	13	13	8	17	16	15	14	12	15	12	12	6	15	15	20	5
NS/NR	8	10	7	4	7	11	9	11	7	6	9	8	7	5	6	9	13	10
Saúde mental e bem-estar																		
Muito positivo + positivo	41	45	36	40	41	39	45	37	42	47	38	44	44	37	42	41	45	41
Neutro	25	23	27	28	29	19	25	24	27	23	24	28	26	34	24	24	16	35
Muito negativo + negativo	29	24	34	29	25	35	25	34	25	26	32	25	24	27	33	27	36	18
NS/NR	5	8	3	3	6	6	5	6	6	3	6	3	6	3	2	8	3	6

5. PERCEPÇÃO DE IMPACTO

Quanto às expectativas em torno do impacto futuro, as opiniões reiteram a atitude ambivalente entre esperança e cautela.

35% acreditam que a IA trará tanto benefícios quanto prejuízos para a sociedade brasileira.

Parcela semelhante (34%) aposta que os benefícios superarão os prejuízos, ante 17% que acreditam no oposto (mais prejuízos que benefícios).

Residuais 7% creem que o impacto será ínfimo ou inexistente.

A IA trará mais benefícios ou mais prejuízos para a sociedade brasileira? (%)



Os resultados indicam uma expectativa mais favorável do impacto social da IA entre os grupos de maior escolaridade e renda: 44% dos entrevistados com ensino superior e 42% dos que têm renda acima de 5 SM creem que haverá mais benefícios do que prejuízos. Entre os jovens de 18 a 24 anos, predomina a visão de equilíbrio, com 49% avaliando que benefícios e prejuízos virão na mesma medida.

A cautela cresce entre os mais velhos e nos segmentos de menor escolaridade: entre pessoas com 60 anos ou mais, 22% acreditam que haverá mais prejuízos, mesmo percentual registrado entre entrevistados com ensino fundamental.

Regionalmente, o Centro-Oeste se destaca pela avaliação mais crítica, com 36% apostando mais em prejuízos do que em benefícios, enquanto o Norte apresenta a visão mais favorável, com 39% acreditando mais nos benefícios e apenas 7% em mais prejuízos.

A IA trará mais benefícios ou mais prejuízos para a sociedade brasileira? Por segmento (%)

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Mais benefícios do que prejuízos	34	36	33	40	39	36	23	28	36	44	30	38	42	39	35	35	25	37
Benefícios e prejuízos na mesma medida	35	33	37	49	34	28	39	28	39	42	33	39	37	33	32	39	26	34
Mais prejuízos do que benefícios	17	17	17	8	14	20	22	22	16	10	19	14	16	7	19	15	36	14
Pouco ou nenhum impacto	7	7	6	3	8	6	8	10	6	2	10	3	2	2	8	7	2	8
NS/NR	7	6	7	1	4	11	8	12	4	2	8	7	3	19	7	4	11	7

P. Na sua opinião, para a sociedade brasileira, a inteligência artificial vai trazer: (ESTIMULADA)

5. PERCEPÇÃO DE IMPACTO

O impacto da IA no mercado de trabalho nos próximos anos ainda é pouco claro, o que sustenta temores associados ao emprego e à empregabilidade.

37% creem que a IA criará oportunidades e riscos na mesma medida, 27% apostam em mais oportunidades do que riscos e 20% supõem mais riscos.

Dito de outra forma, para parcela relevante da população os possíveis efeitos da IA sobre o trabalho não são percebidos automaticamente como positivos ou negativos, mas como dependentes da forma como esse processo será conduzido: da capacidade de regulação, da proteção aos trabalhadores, da oferta de requalificação profissional e da distribuição equilibrada dos ganhos de produtividade.

IA e mercado de trabalho nos próximos anos (%)



A percepção de que em curto prazo a IA trará oportunidades e riscos na mesma medida no mercado de trabalho é comum à maioria dos segmentos e regiões.

O otimismo é maior entre homens (31%), jovens de 18 a 24 anos (31%), entre pessoas com ensino superior (31%) e no Sul (34%). O pessimismo fica em torno de 20% em todos os estratos, caindo para 14% na faixa de 25 a 44 anos e alcançando 25% no Nordeste.

Impacto da IA no mercado de trabalho nos próximos anos, por segmento (%)

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Criará mais oportunidades do que riscos	27	31	24	31	30	26	25	25	28	31	26	29	29	27	31	25	20	34
Criará oportunidades e riscos na mesma medida	37	33	42	38	41	34	35	30	41	43	35	40	38	39	28	42	29	41
Trará mais riscos do que oportunidades	20	19	20	22	14	23	22	18	21	20	20	18	22	18	25	19	14	12
Terá pouco impacto no trabalho	11	9	12	6	12	13	7	18	7	4	12	10	7	9	12	8	30	7
NS/NR	6	8	2	3	4	4	11	9	4	3	7	4	3	8	4	6	7	6

P. Quanto ao MERCADO DE TRABALHO nos próximos anos, o(a) Sr(a) acha que a inteligência artificial: (ESTIMULADA)

5. PERCEPÇÃO DE IMPACTO

Metade da população (51%) teme que a IA reduza empregos ou oportunidades

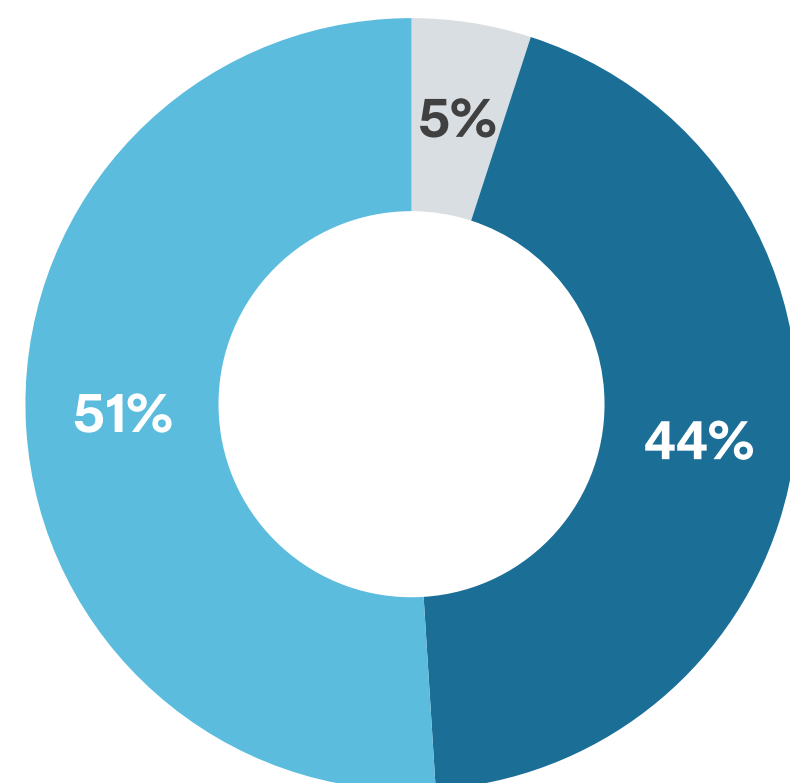
A IA é sentida como ameaça por 51%, que expressam muito ou algum receio de perdas no campo profissional.

O receio de que a IA reduza empregos ou oportunidades é mais expressivo entre mulheres (57%), entre as pessoas com 60 anos ou mais (54%), entre os que estudaram até o ensino médio (55%), e na faixa de renda até 2 SM (57%).

Entre as regiões, esse medo é notadamente menor no Sul (37%) e alcança 55% no Sudeste.

Receio de que a IA reduza empregos/oportunidades (%)

ESTIMULADA



- NS/NR
- Tem pouco receio + não tem receio
- Tem muito receio + algum receio

Receio de que a IA reduza empregos ou oportunidades, por segmento (%)

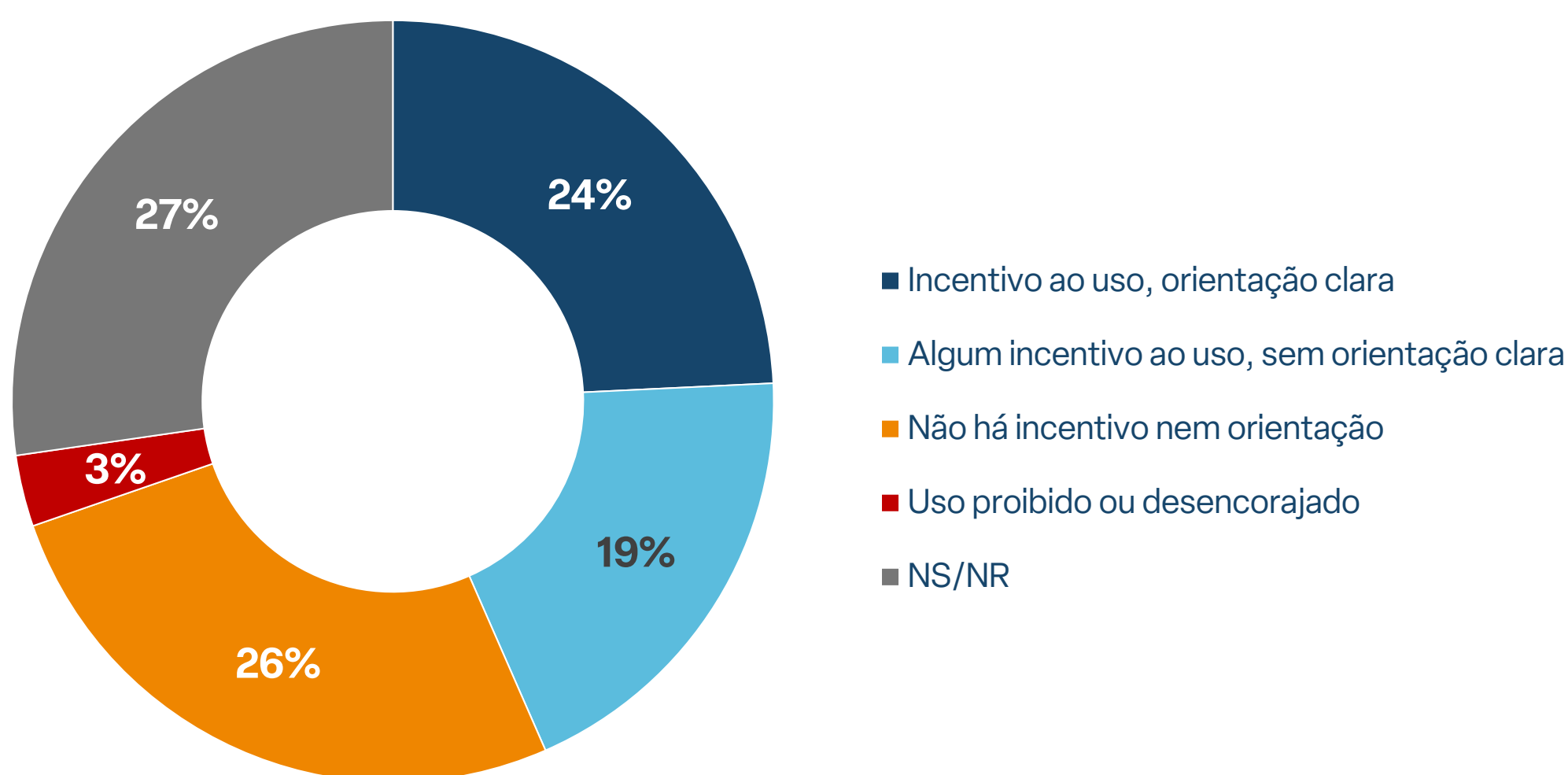
	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Tem muito receio + algum receio	51	45	57	48	49	51	54	46	55	51	57	41	46	51	50	55	49	37
Tem pouco receio + não tem receio	44	50	37	48	47	44	38	48	39	47	37	54	51	41	45	40	45	61
NS/NR	5	5	5	4	4	5	8	6	6	2	6	5	3	8	6	5	6	2

P. O(a) Sr(a) tem RECEIO de que a inteligência artificial reduza empregos ou oportunidades na sua área ou na de pessoas próximas? (ESTIMULADA)

5. PERCEPÇÃO DE IMPACTO

O uso de IA em ambientes de trabalho e estudo ainda é pouco institucionalizado.

Orientação para usar IA no trabalho ou estudo (%) ESTIMULADA



A IA já é usada por parcela expressiva dos respondentes no ambiente de trabalho, mas nem sempre há regras, treinamento ou critérios claros. As iniciativas parecem depender, em grande parte, do interesse pessoal e das iniciativas individuais.

Apenas 24% afirmam existir incentivo e orientação ou autorização clara para uso da IA no trabalho; 19% relatam haver algum incentivo, mas sem orientação; 26% dizem não haver incentivo.

Em 3% dos casos, o uso é proibido ou desencorajado. Chama atenção o contingente que não soube responder (27%), o que pode refletir distanciamento em relação ao tema.

5. PERCEPÇÃO DE IMPACTO

O quadro atual da institucionalização de IA no trabalho é semelhante entre estratos e regiões, com algumas nuances.

No trabalho, existe incentivo ou orientação clara para usar IA? Por segmento (%)

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Sim, existe incentivo ou orientação clara	24	26	22	24	28	23	20	22	22	33	21	26	31	23	24	25	15	27
Existe algum uso, mas sem orientação clara	19	15	24	23	23	17	15	15	20	26	18	20	22	28	21	19	12	14
Não existe incentivo nem orientação	26	29	23	32	25	25	26	22	29	27	26	27	25	22	25	25	40	25
O uso é proibido ou desencorajado	3	4	2	6	2	4	3	4	3	2	3	4	4	1	3	2	2	9
NS/NR	27	26	29	15	22	31	37	37	26	12	32	24	18	26	27	28	31	25

O **incentivo ou orientação clara** para o uso de IA no trabalho é maior entre os homens (26%), profissionais de 25 a 44 anos (28%), pessoas com ensino superior (33%) e na faixa de renda mais alta de +5 SM (31%). Em contrapartida, as mulheres lideram o cenário de uso informal, onde "existe algum uso, mas sem orientação clara" (24%).

A **ausência total de incentivo ou orientação** atinge seu pico entre os jovens de 18 a 24 anos (32%) e os homens (29%).

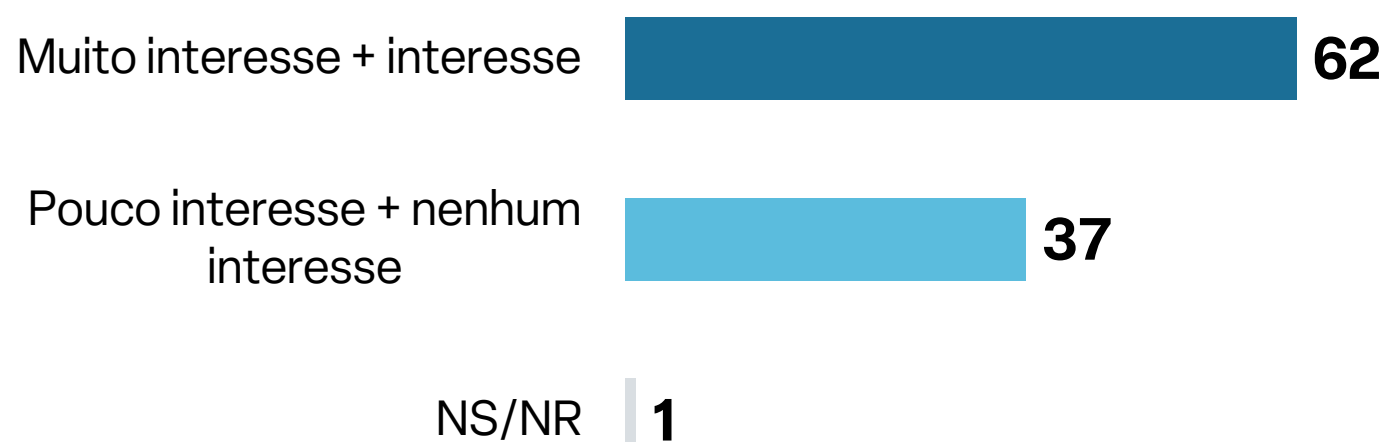
O **desincentivo ou proibição explícita** é um comportamento residual em quase todos os grupos, mas tem seu maior índice também entre os jovens de 18 a 24 anos (6%).

No **recorte regional**, a região Sul lidera o país em diretrizes claras, registrando o maior índice de incentivo formal (27%), mas curiosamente também possui a maior taxa de proibição ou desincentivo ao uso de IA (9%). O Norte destaca-se pelo maior índice de uso informal e sem orientação (28%). A ausência completa de incentivo e diretrizes é amplamente dominada pelo Centro-Oeste, onde 40% afirmam que não existe incentivo nem orientação.

5. PERCEPÇÃO DE IMPACTO

Há amplo interesse em aprender mais sobre IA.

Interesse em aprender a usar IA (%) ESTIMULADA



O interesse em aprender é majoritário: 62% têm muito interesse ou algum interesse.

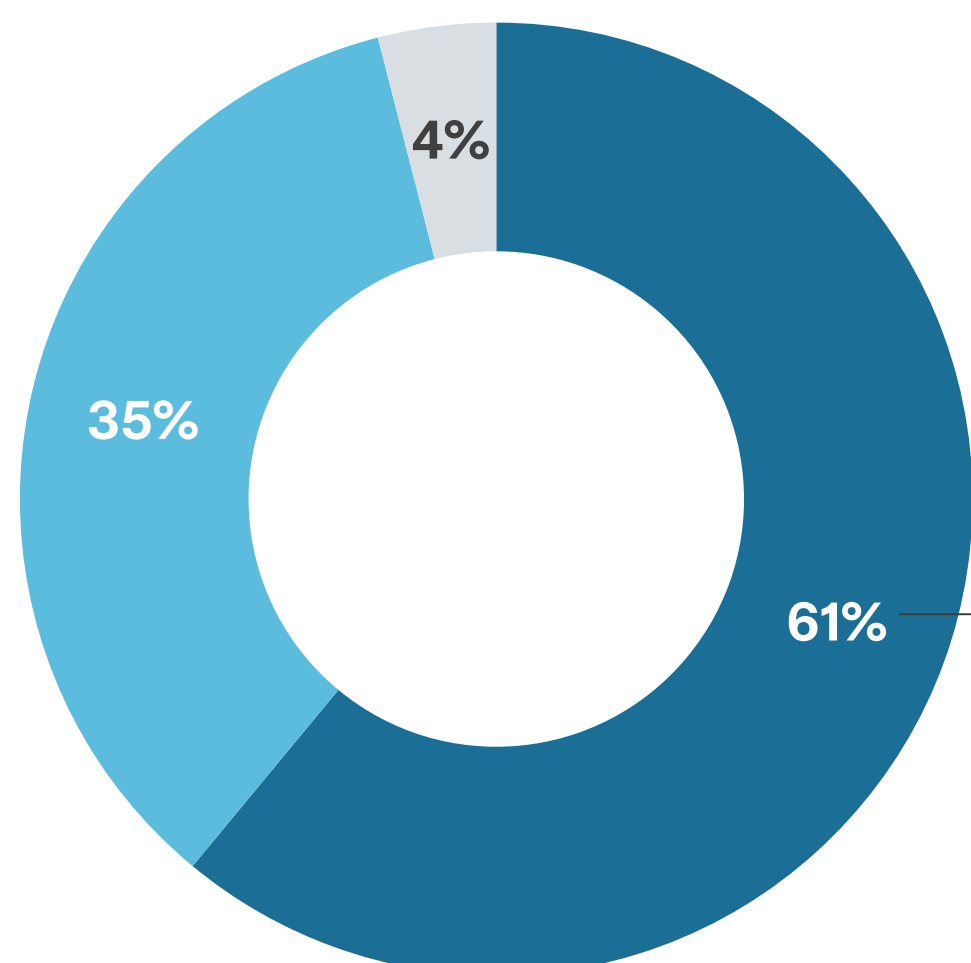
Esse número chega a 79% entre os jovens de 18 a 24 anos, 84% entre os que têm ensino superior e 74% na faixa de renda acima de 5 SM.

Interesse em aprender mais sobre como usar IA, por segmento (%)

	TOTAL	Sexo		Idade				Instrução			Renda			Região				
		M	F	18-24	25-44	45-59	60+	Fund.	Méd.	Sup.	≤2 SM	2-5 SM	+5 SM	N	NE	SE	CO	S
Muito interesse + interesse	62	60	64	79	69	61	46	47	65	84	55	69	74	62	54	69	50	64
Pouco interesse + nenhum interesse	37	39	34	21	30	37	52	50	34	15	44	29	26	38	46	29	50	36
NS/NR	1	2	1	0	1	1	2	3	0	1	2	2	0	0	0	3	0	0

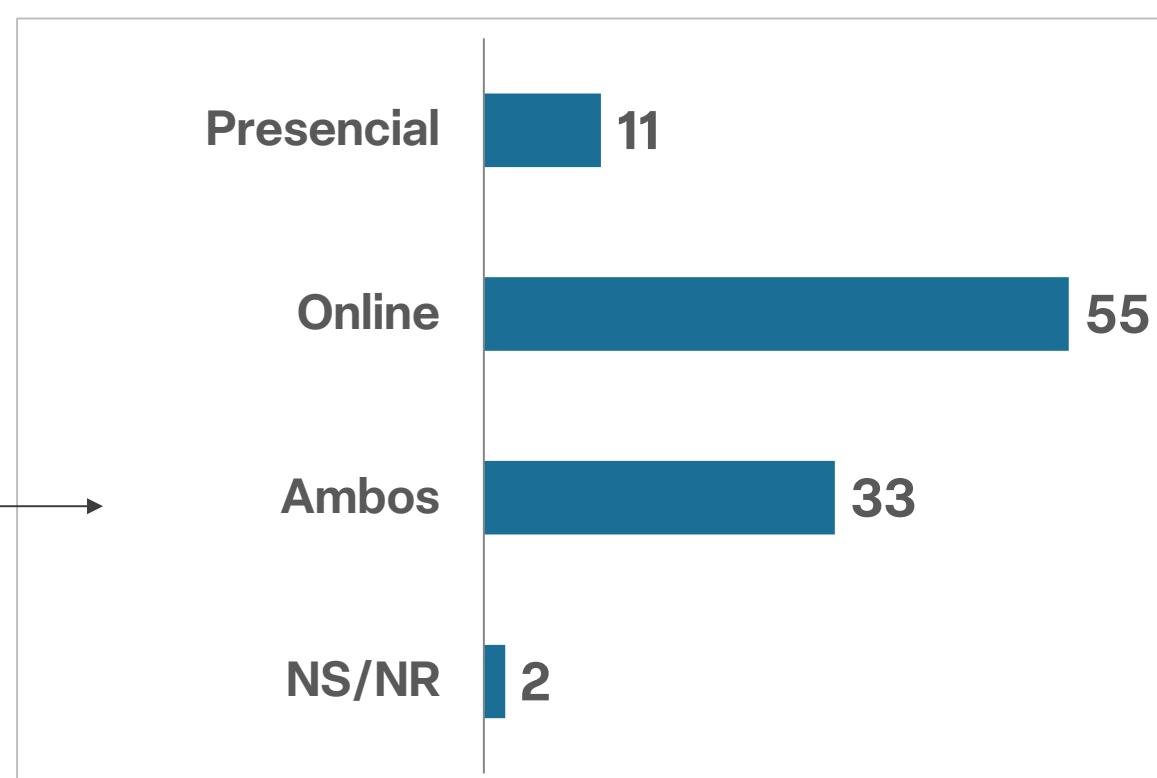
61% acompanhariam debates ou eventos sobre IA e inovação, preferencialmente no formato online (55%).

Tem interesse em acompanhar debates sobre IA? (%)



Em qual desses formatos? (%)

Apenas para quem tem interesse em acompanhar debates



■ Sim ■ Não ■ NS/NR

P. O(a) Sr(a) diria que tem muito interesse, interesse, pouco interesse ou não tem interesse em aprender mais sobre como usar inteligência artificial? (ESTIMULADA)

P. O(a) Sr(a) teria interesse em acompanhar debates ou eventos sobre IA e inovação? (RESPOSTA ÚNICA)

P. Em qual desses formatos? (RODIZIAR — APENAS PARA QUEM TEM INTERESSE)

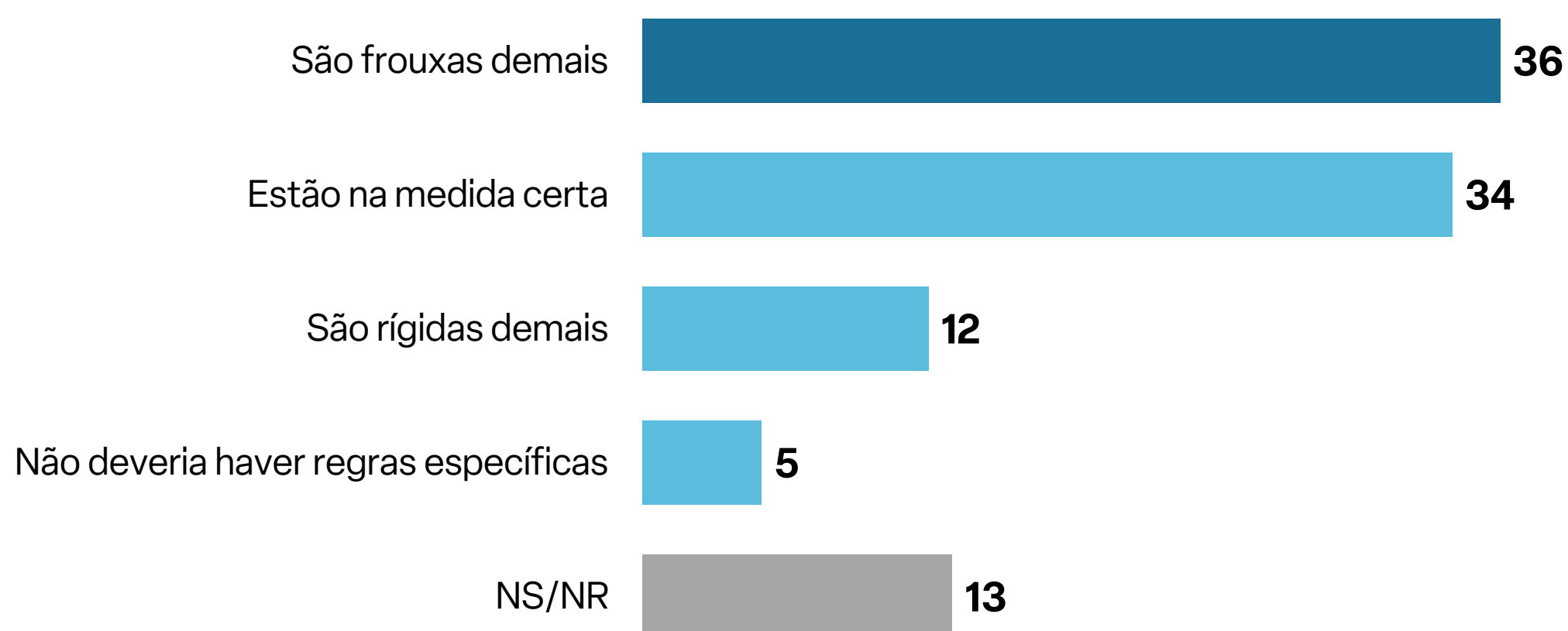


6. ÉTICA, REGULAÇÃO E MARCO LEGAL

6. ÉTICA, REGULAÇÃO E MARCO LEGAL

A percepção sobre regras e leis para IA revela uma demanda latente por maior regulação.

Percepção sobre as regras atuais para IA no Brasil (%)



Os resultados mostram uma opinião pública dividida, com leve predominância da demanda por regras mais fortes.

Enquanto 36% avaliam que as regras atuais de IA no Brasil são frouxas demais, 34% consideram que estão na medida certa. Apenas 12% acham que são rígidas demais e 5% dizem que não deveria haver regras específicas.

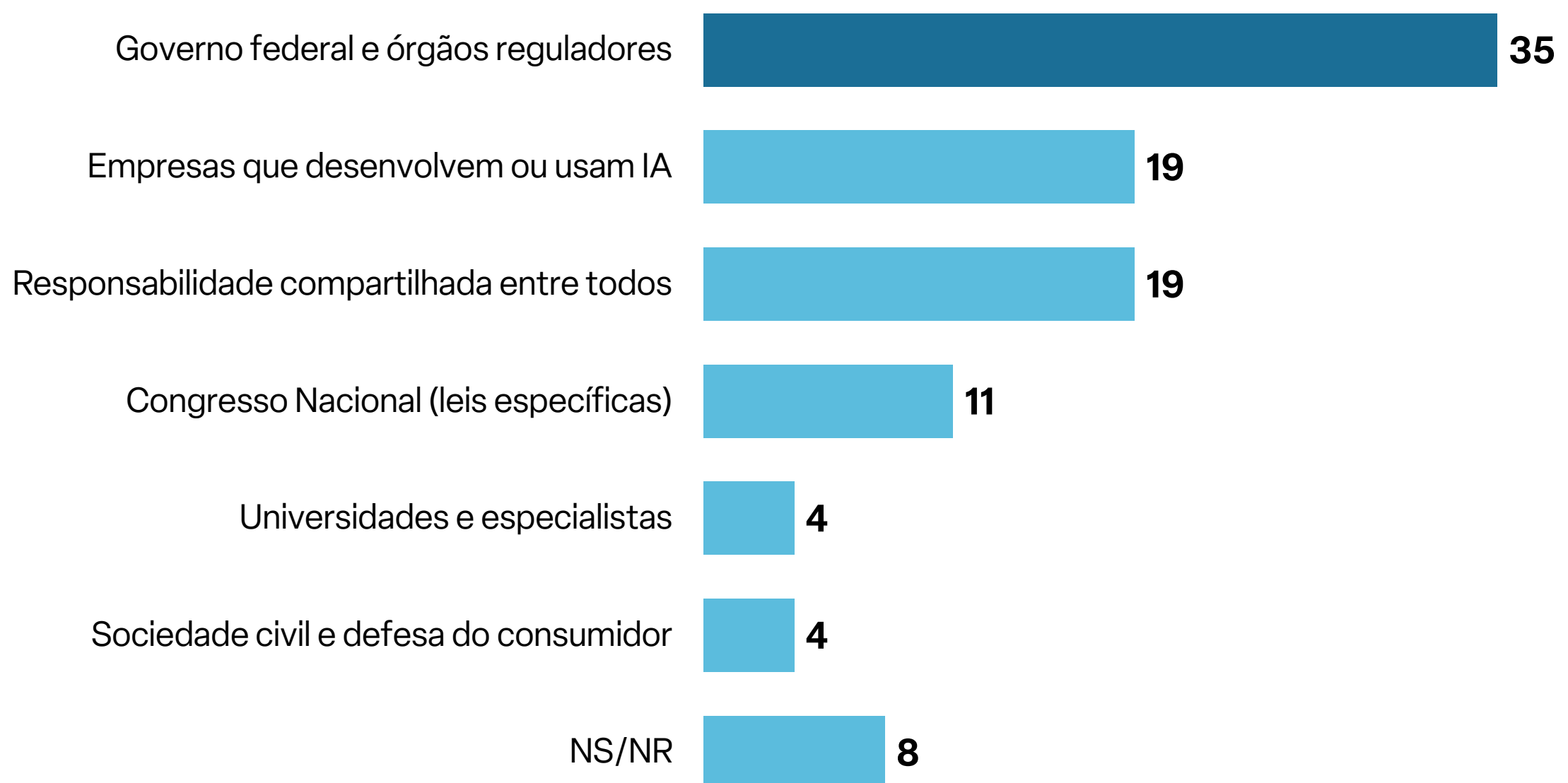
Esse cenário é compatível com o estágio atual do debate no país: o Brasil ainda discute um marco legal específico para IA, e órgãos como a ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados) vêm testando instrumentos regulatórios voltados à IA e à proteção de dados.

No plano internacional, o debate avança na direção de mecanismos de governança, transparência e responsabilização para reduzir riscos associados ao uso da IA. A UNESCO já estabeleceu uma recomendação global sobre ética em IA, adotada por seus Estados-membros, reforçando princípios como direitos humanos, transparência, segurança e responsabilidade.

6. ÉTICA, REGULAÇÃO E MARCO LEGAL

Predomina a atribuição ao Governo Federal e às agências reguladoras do papel central na governança da IA.

Maior responsabilidade por uso seguro e ético da IA (%)



Para pouco mais de um terço (35%), a maior responsabilidade por garantir um uso seguro e ético da tecnologia cabe ao Governo Federal e aos órgãos reguladores.

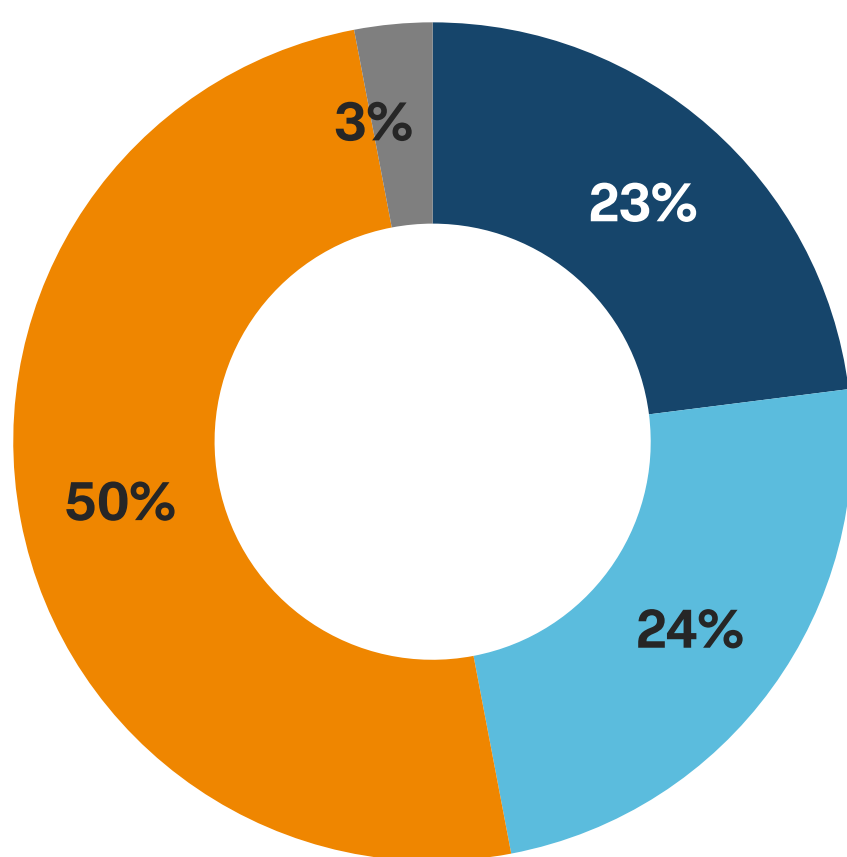
Esse papel fiscalizador sobrepõe-se à própria formulação de leis específicas pelo Congresso Nacional, que atrai 11% das menções.

Por outro lado, a corresponsabilização do setor privado (19%) empata rigorosamente com a visão de que a responsabilidade deve ser compartilhada entre todos os atores da sociedade (19%). A academia e entidades de defesa do consumidor são mencionadas de forma secundária (4% cada).

6. ÉTICA, REGULAÇÃO E MARCO LEGAL

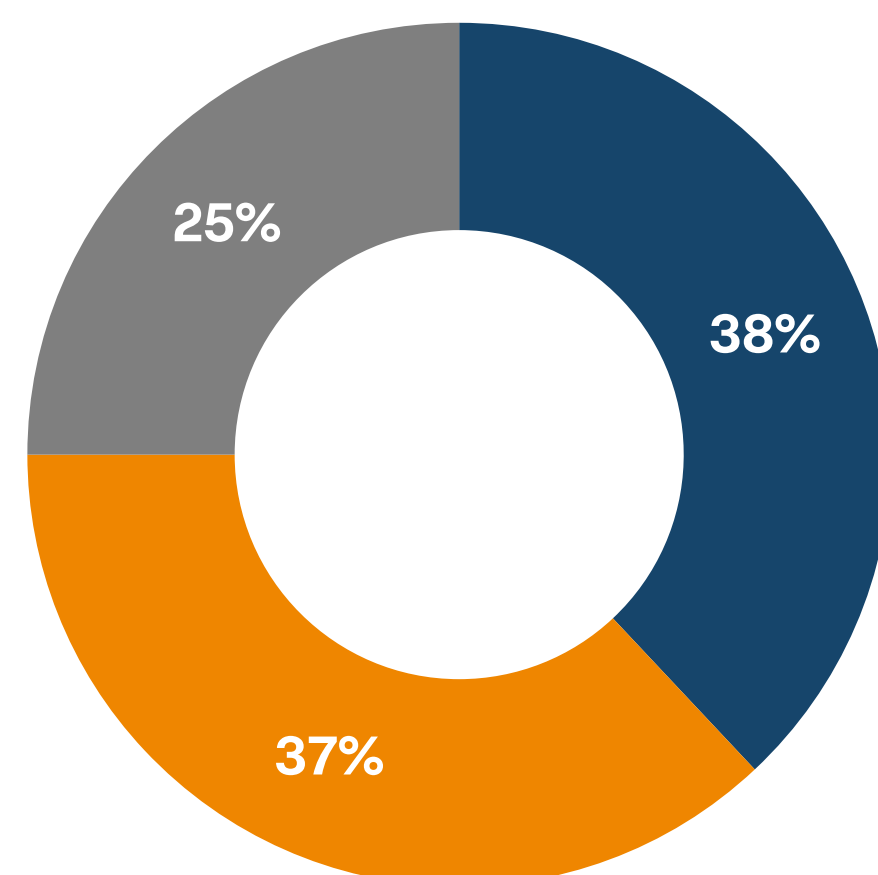
Marco Legal da IA ainda é pouco conhecido e divide a confiança.

Conhecimento sobre o Marco Legal da IA (%)



- Sabe do que se trata
- Ouviu falar, sem detalhes
- Não ouviu falar
- NS/NR

Confiança no Marco Legal da IA (%) RU



- Confia
- Não confia
- NS/NR

O Marco Legal da Inteligência Artificial no Brasil ainda é um tema distante do cotidiano da maior parte da população.

Apenas 23% declaram saber do que se trata, frente a 24% que ouviram falar mas sem detalhes e 50% que não ouviram falar.

Esse déficit de informação reflete-se diretamente no ambiente de opinião: a confiança na eficácia da futura legislação mostra-se difusa e indefinida. Enquanto 38% afirmam confiar no Marco Legal, 37% desconfiam. Um expressivo contingente de 25% não soube opinar, evidenciando que a reflexão pública sobre essa regulação dependerá, também, do avanço do debate pedagógico com a sociedade.

P. O(a) Sr(a) já ouviu falar do MARCO LEGAL DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, projeto de lei em tramitação no Congresso? (RU)

P. O(a) Sr(a) confia ou não confia que o Marco Legal da IA irá garantir um uso seguro e responsável de IA no Brasil? (RU)

OBSERVATÓRIO FEBRABAN JUNHO 2026



IPESPE
40 ANOS