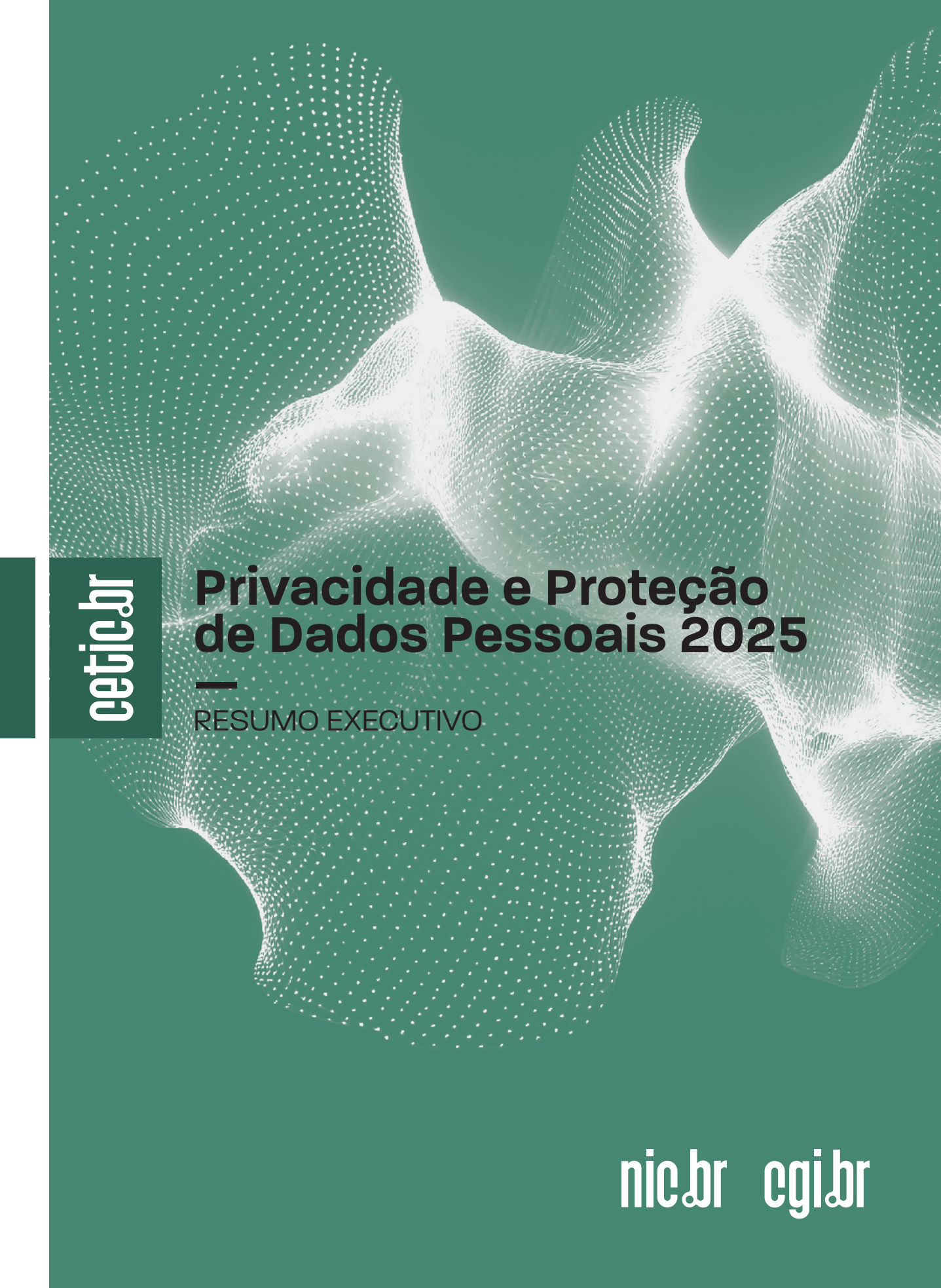




cetic.br

Privacidade e Proteção de Dados Pessoais 2025

—
RESUMO EXECUTIVO

nic.br cgi.br

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br

Diretor-Presidente : Demi Getschko
Diretor Administrativo : Ricardo Narchi
Diretor de Serviços e Tecnologia : Frederico Neves
Diretor de Projetos Especiais e de Desenvolvimento : Milton Kaoru Kashiwakura
Diretor de Assessoria às Atividades do CGI.br : Hartmut Richard Glaser

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação – Cetic.br

Coordenação Executiva e Editorial : Alexandre F. Barbosa
Coordenação Geral de Pesquisas : Fabio Senne
Coordenação de Projetos de Pesquisa : Luciana Portilho e Manuella Maia Ribeiro (Coordenadoras), Ana Laura Martínez, Bernardo Ballardin, Daniela Costa, Fabio Storino, Leonardo Melo Lins, Lúcia de Toledo F. Bueno, Luísa Adib Dino e Luíza Carvalho
Coordenação de Métodos Quantitativos e Estatística : Marcelo Pitta (Coordenador), Camila dos Reis Lima, João Claudio Miranda, Mayra Pizzott Rodrigues dos Santos, Thiago de Oliveira Meireles e Winston Oyadomari
Coordenação de Métodos Qualitativos e Estudos Setoriais : Graziela Castello (Coordenadora), Javiera F. Medina Macaya, Manuela Cortez da Cunha Cruz, Mariana Galhardo Oliveira e Rodrigo Brandão de Andrade e Silva
Coordenação de Gestão de Processos e Qualidade : Nádilla Tsuruda (Coordenadora), Kayky Ferreira, Maisa Marques Cunha e Rodrigo Gabriades Sukarie
Gestão da pesquisa em campo : Ipsos-Ipec: Alexandre Carvalho, Denise Dantas de Alcântara, Guilherme Militão, Ligia Amstalden Rubega, Monize Arquer, Moroni Alves, Paulo Henrique Vieira e Rosi Rosendo (TIC Educação 2024 e 2025, TIC Empresas 2025, TIC Governo 2025 e TIC Saúde 2025); Quaest Pesquisa e Consultoria: Amábile Ochmat, Bárbara Lamounier, Bethânia Nascimento, Bruno Pinheiro, Giovani Roggia, Grazielle Silotto, Guilherme Russo, João Zuquim, Maria Julia Timmers, Maria Luíza Oliveira, Matheus Moravia, Priscila Gregório e Renata Salvo (Painel TIC)
Apoio à edição : Comunicação NIC.br: Carolina Carvalho, Kauã Oliveira e Renata Barreto
Edição, preparação e revisão textual em português: Érica Santos Soares de Freitas
Projeto gráfico : Pilar Velloso
Editoração : Grappa Marketing Editorial (www.grappa.com.br)

Comitê Consultivo do Cetic.br

Carolina Botero Cabrera (Fundación Karisma), Eduardo Parajo (Durand Távola/Abranet), Guilherme Canela (UNESCO), Raúl Echeberría (ALAI) e Sonia Jorge (GDIP)

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (em agosto de 2026)

Coordenadora
Renata Vicentini Mielli

Conselheiros
Alexandre Reis Siqueira Freire
Beatriz Costa Barbosa
Bianca Kremer
Cláudio Furtado
Cristiane Vianna Rauen
Cristiano Reis Lobato Flôres
Débora Peres Menezes
Demi Getschko
Henrique Faulhaber Barbosa
Hermano Barros Tercius
José Roberto de Moraes Rêgo Paiva
Fernandes Júnior
Lisandro Zambenedetti Granville
Luanna Sant'Anna Roncaratti
Marcelo Fornazin
Marcos Adolfo Ribeiro Ferrari
Nivaldo Cleto
Pedro Helena Pontual Machado
Percival Henriques de Souza Neto
Rafael de Almeida Evangelista
Rodolfo da Silva Avelino

Secretário executivo
Hartmut Richard Glaser

Resumo Executivo

Privacidade e Proteção de Dados Pessoais 2025

A proteção à privacidade e aos dados pessoais tem assumido um papel cada vez mais central nas agendas internacionais, impulsionada pela crescente digitalização de processos e pela incorporação de Inteligência Artificial (IA) em organizações públicas e privadas. Nesse cenário, diante da necessidade de informações atualizadas sobre o tema e dos desafios relacionados à consolidação da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)¹ no Brasil, desde 2021, a pesquisa Privacidade e Proteção de Dados Pessoais reúne indicadores sobre práticas e percepções de indivíduos, empresas e organizações públicas voltadas para uma cultura de proteção de dados no país. A terceira edição da pesquisa traz subsídios para a compreensão do modo como a temática tem sido percebida e incorporada no dia a dia dos indivíduos, ao mesmo tempo em que aponta tendências em relação à adoção de práticas de adequação à proteção de dados entre as organizações públicas e privadas, indicando pontos de atenção para ações futuras no campo.

APLICATIVOS
DE MENSAGENS
(84%) E LIGAÇÕES
TELEFÔNICAS (79%)
SÃO OS PRINCIPAIS
CANAIS DE GOLPES
COM DADOS PESSOAIS

muito preocupados) e acesso a serviços bancários (32%), indicando que o receio está concentrado em situações que possam resultar em prejuízos financeiros. Observam-se variações conforme faixa etária e classe social: entre os mais jovens (16 a 24 anos), a maioria declarou estar pouco ou nada preocupada com o uso de redes sociais, ao passo

que, entre os de 45 a 59 anos, esse nível de preocupação foi mais elevado. Da mesma forma, a preocupação com serviços de governo foi maior entre as classes AB (27%) do que entre as classes DE (13%).

Apesar dessa percepção de risco, não se observam mudanças significativas nas práticas

cotidianas de gerenciamento de dados pessoais, o que evidencia um descompasso entre percepção e comportamento. Esse contexto serve como pano de fundo para analisar temas emergentes, como o uso de IA e a crescente sofisticação de golpes e fraudes digitais, que trazem novos desafios à proteção de dados e interferem cada vez mais no cotidiano dos usuários de Internet no Brasil.

IA GENERATIVA

A edição de 2025 traz indicadores inéditos sobre o uso de IA generativa: frequência de uso, tipo de informação fornecida e níveis de preocupação. O uso diário foi mais frequente entre os usuários dessa tecnologia que combinam celular e computador e entre aqueles com maior escolaridade, indicando que a ferramenta faz parte da rotina de uma parcela da população (Gráfico 1).

Usuários de Internet

PERCEPÇÕES SOBRE RISCOS

A pesquisa investigou os níveis de preocupação dos usuários de Internet em relação à exposição de seus dados pessoais em diferentes atividades *online*. As maiores proporções de preocupação foram registradas em compras *online* (35%

¹Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm

Entre os tipos de informação compartilhados, destacam-se temas relacionados ao trabalho ou estudo (73%), preferências e gostos pessoais (58%), sentimentos e emoções (54%), dados de saúde (52%) e fotos suas ou de pessoas conhecidas (50%).

O uso da IA generativa também tem se ampliado para atividades de aconselhamento, suporte emocional e companhia. Este tipo de interação tende a estimular o usuário a compartilhar informações de natureza íntima, além de imagens. A maioria (66%) dos usuários declarou estar muito preocupada ou preocupada com o uso dos dados pelas empresas responsáveis por essas ferramentas, sugerindo que reconhecem os riscos associados a essas tecnologias.

GOLPES COM DADOS PESSOAIS

A pesquisa passou a investigar, de forma inédita, o tema dos golpes envolvendo dados pessoais. Em 2025, 32% dos usuários vivenciaram tentativas de golpes usando seus dados pessoais, enquanto 20% foram vítimas efetivas. Os canais mais mencionados foram aplicativos de mensagens (84%) e ligações telefônicas (79%), seguidos por *sites* ou aplicativos falsos (71%), SMS (71%), *e-mail* (69%) e redes sociais (67%).

Os resultados evidenciam que essas fraudes ocorrem por múltiplos canais de comunicação, combinando meios digitais e tradicionais para alcançar potenciais vítimas. Tal cenário demonstra que a exposição a situações fraudulentas pode atingir inclusive indivíduos que não utilizam a Internet, uma vez que são comuns também as tentativas por meio de telefone e SMS.

O dispositivo utilizado apresentou variação significativa: a menção a *sites* ou aplicativos falsos foi mais frequente entre os que usam apenas telefone celular para acessar a Internet, ilustrando como condições de conectividade restritas podem dificultar práticas de verificação de segurança (Gráfico 2). Além disso, as consequências dos golpes extrapolam o dano patrimonial, incluindo impactos emocionais e repercussões sobre o bem-estar, com variações segundo o nível de escolaridade.

69% DAS EMPRESAS
ARMAZENAM
DADOS PESSOAIS
DE CLIENTES E
USUÁRIOS

Empresas

GUARDA DE DADOS PESSOAIS

Assim como nas edições anteriores da pesquisa, em 2025, o tipo de dado pessoal mais frequentemente mantido pelas empresas brasileiras é proveniente de clientes e usuários: 69% das empresas declararam manter esse tipo de dado, enquanto 58% mantêm dados de parceiros e fornecedores. O mesmo padrão é observado segundo o porte, com maior proporção de grandes empresas que armazenam dados pessoais de clientes e usuários (73%). Quanto aos tipos de dados pessoais sensíveis mantidos e investigados pela pesquisa, a biometria permaneceu como o dado sensível mais frequentemente armazenado (31%). Em seguida, os dados sensíveis de saúde foram mantidos por 26% das empresas, percentual estável em relação à edição anterior.

Entre as empresas que mantêm dados pessoais de clientes e usuários, 9% afirmaram armazenar dados pessoais de menores de 18 anos de idade, percentual mais elevado entre as empresas de grande porte (21%) e as do setor de alojamento e alimentação (19%) (Gráfico 3). Nesse mesmo

grupo, 63% informaram utilizar esses dados para entrar em contato diretamente com clientes e usuários, enquanto 39% usaram para checagem de crédito, padrão mantido desde a primeira edição da pesquisa.

Em relação aos dados gerados internamente, 35% das empresas usaram os dados pessoais dos funcionários tanto para avaliação de desempenho quanto para controle de entrada e saída nos locais de trabalho.

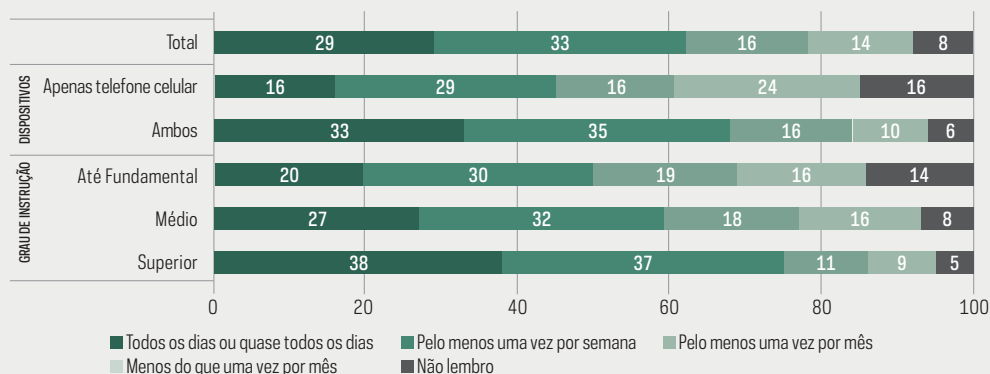
CAPACIDADES INTERNAS

Em 2025, 40% das empresas realizaram reuniões para tratar especificamente do tema de proteção de dados pessoais, mantendo estabilidade em relação às edições anteriores da pesquisa. Assim como observado em outros indicadores, as empresas de grande porte realizaram essas reuniões em maior proporção (66%) do que as pequenas (38%), mantendo-se

GRÁFICO 1

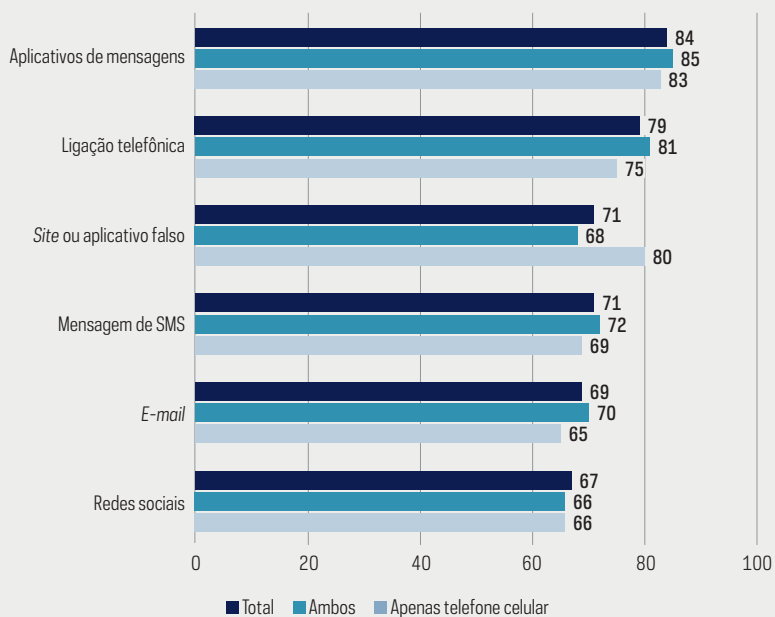
—
 Usuários de ferramentas de IA generativa, por frequência de uso segundo dispositivos e escolaridade (2025)

Total de usuários de Internet com 16 anos ou mais que usaram ferramentas de IA generativa (%)

**GRÁFICO 2**

—
 Usuários de Internet que vivenciaram situações envolvendo golpes, por canais em que essas situações ocorreram, segundo dispositivo de acesso utilizado (2025)

Total de usuários de Internet com 16 anos ou mais que vivenciaram tentativa de golpe ou foram vítimas de golpe usando dados pessoais (%)



estável esse padrão ao longo da série histórica. Em relação à estrutura organizacional, 20% das empresas possuíam uma área ou funcionários responsáveis dedicados às atividades de privacidade e proteção de dados, percentual estável em relação a anos anteriores. Do ponto de vista do perfil das empresas, as de grande porte (55%) e aquelas do setor de informação e comunicação (39%) foram as com maior mobilização de recursos humanos para tratar especificamente da proteção de dados pessoais.

ADEQUAÇÃO À LGPD

Em 2025, a medida mais adotada pelas empresas foi a alteração de contratos vigentes para se adequar à LGPD, mencionada por 30% delas, mantendo o padrão observado na edição anterior da pesquisa. Em seguida, 29% criaram uma política de uso de dados pessoais de funcionários e 28% desenvolveram uma política de privacidade. A nomeação de um encarregado pelo tratamento de dados pessoais foi mencionada por 14% das empresas. Entre estas, 28% informaram que esse profissional é oriundo da área de TI, enquanto 19% indicaram o setor administrativo da empresa, resultado que dialoga com a maior presença de estruturas organizacionais dedicadas à privacidade e à proteção de dados pessoais (Gráfico 4).

Metodologia da pesquisa e acesso aos dados

A pesquisa Privacidade e Proteção de Dados Pessoais 2025 reuniu dados inéditos coletados por diferentes estudos conduzidos pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) com indivíduos, empresas e organizações públicas. A pesquisa Painel TIC entrevistou, via questionário *online*, 2.500 usuários de Internet com 16 anos ou mais de idade em dezembro de 2025. A pesquisa TIC Empresas 2025 incluiu um módulo específico sobre tratamento de dados pessoais no setor privado. Foram entrevistadas 1.775 empresas, entre fevereiro de 2025 e janeiro de 2026, que responderam às perguntas específicas do módulo sobre privacidade e proteção de dados. Além dos resultados inéditos, foi realizada uma análise sobre as organizações públicas no país baseada em indicadores relacionados ao tema de privacidade e proteção de dados pessoais nas pesquisas TIC Governo 2025, TIC Saúde 2025 e TIC Educação 2024 e 2025. Os resultados das pesquisas apresentadas nesta publicação estão disponíveis no *website* do Cetic.br|NIC.br (<https://cetic.br>). O “Relatório Metodológico” pode ser consultado tanto na publicação impressa como no *website*.

BOX 1

PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS NO SETOR PÚBLICO

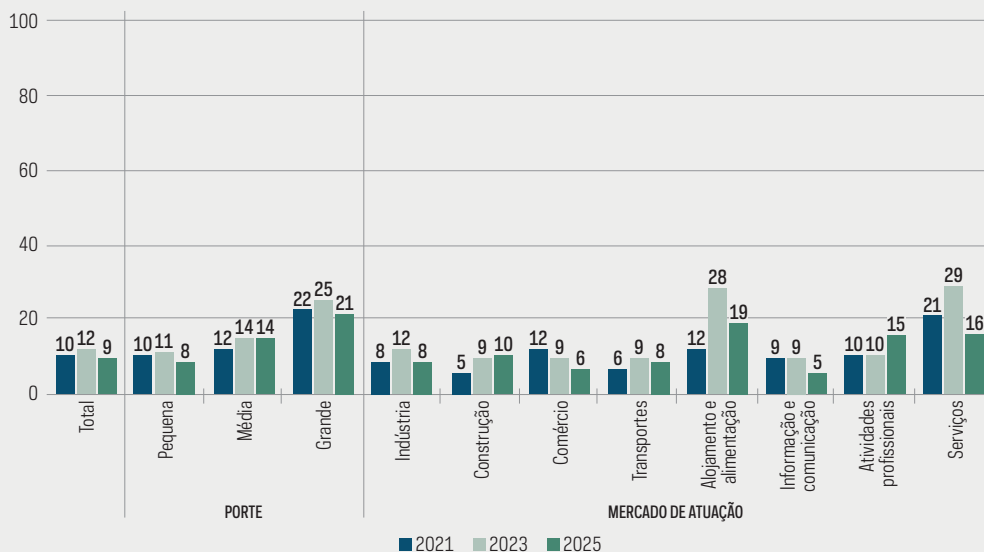
Como nas edições anteriores, a terceira edição do estudo Privacidade e Proteção de Dados Pessoais dedica um capítulo ao setor público a partir de indicadores das pesquisas TIC Governo 2025, TIC Saúde 2025 e TIC Educação 2024 e 2025. A análise contempla órgãos públicos federais e estaduais e prefeituras, estabelecimentos públicos de saúde e escolas públicas de Educação Básica.

A crescente digitalização dos serviços públicos e a incorporação de aplicações de IA estão transformando a forma como as organizações públicas coletam, processam, compartilham e utilizam dados pessoais, trazendo novos desafios para a segurança da informação, a proteção de dados e sua governança. Os resultados desta edição mostram avanços na adoção de políticas de segurança da informação, na definição de áreas ou pessoas responsáveis pela implementação da LGPD e nas ações de capacitação e conscientização. No entanto, permanecem desafios relacionados à implementação de medidas específicas de adequação à LGPD, como a consolidação de estruturas de governança e a definição de responsabilidades institucionais. Os dados também revelam desigualdades entre diferentes tipos de organizações, indicando que a capacidade institucional permanece central para uma transformação digital segura, ética e capaz de acompanhar a digitalização dos serviços públicos.

GRÁFICO 3

Empresas, por manutenção de dados pessoais de clientes e usuários com menos de 18 anos de idade, porte e setor (2021–2025)

Total de empresas que mantêm dados pessoais de clientes e usuários (%)



Dados sensíveis armazenados pelas empresas em 2025:

31%
mantiveram dados
biométricos

26%
mantiveram dados
sobre saúde

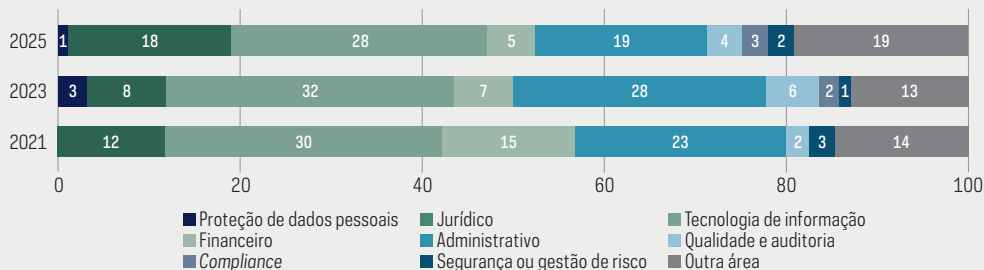
16%
mantiveram dados
sobre cor ou raça

12%
mantiveram dados
sobre orientação sexual

GRÁFICO 4

Empresas, por área de origem do encarregado de proteção de dados pessoais (2021–2025)

Total de empresas que possuem um encarregado de proteção de dados pessoais vindo da própria empresa (%)



Acesse os dados completos da pesquisa!

Além dos resultados apresentados nesta publicação, estão disponíveis no site do Cetic.br|NIC.br as tabelas de indicadores, os questionários, as informações para acessar os microdados e a apresentação dos resultados do evento de lançamento, além de outras publicações sobre o tema da pesquisa.

Código e nome do indicador

As tabelas de resultados (<https://cetic.br/pt/pesquisa/privacidade-e-protecao-de-dados-pessoais/indicadores/>), disponíveis para *download* em português, inglês e espanhol, apresentam as estatísticas produzidas, incluindo informações sobre os dados coletados e cruzamentos para variáveis investigadas no estudo. As informações disponíveis nas tabelas seguem o exemplo abaixo:

População a que se referem os resultados

PR9C - USUÁRIOS DE INTERNET, POR FREQUÊNCIA COM QUE CONCORDA COM POLÍTICAS DE PRIVACIDADE SEM LER O QUE DIZEM

Total de usuários de Internet com 16 anos ou mais

PERCENTUAL (%)		SEMPRE	QUASE SEMPRE	ALGUMAS VEZES	RARAMENTE	NUNCA
TOTAL		23	29	25	14	10
SEXO	Masculino	25	30	25	12	8
	Feminino	21	28	24	16	11
GRAU DE INSTRUÇÃO	Até Fundamental	24	23	25	15	13
	Médio	23	30	24	14	9
	Superior	22	31	26	13	8
FAIXA ETÁRIA	De 16 a 24 anos	25	29	23	13	10
	De 25 a 34 anos	27	27	21	16	9
	De 35 a 44 anos	22	34	24	11	8
	De 45 a 59 anos	23	28	25	15	8
	De 60 anos ou mais	13	24	32	13	18

Respostas do indicador

Recortes de tabulação dos resultados: total (conjunto da população) e características de análise (região, faixa etária, etc.), diferentes em cada pesquisa

Resultados: podem ser em % ou totais

Fonte: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. (2026). Painel TIC 2025: pesquisa online com usuários de Internet no Brasil: privacidade e proteção de dados pessoais [Tabelas].

Como referenciar as tabelas de indicadores



Esta publicação está disponível também em inglês no [website do Cetic.br|NIC.br](https://cetic.br|NIC.br).