

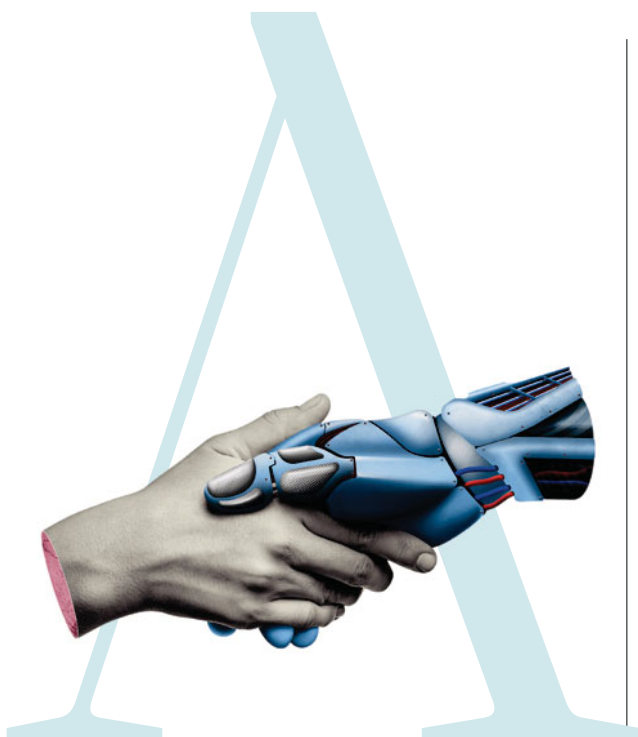
# INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL VAMOS FICAR SEM EMPREGO?



*O estudo Digital Consumer Trends 2023 da consultora Deloitte mostra que quase metade dos portugueses tem medo de que a tecnologia substitua as suas funções laborais e mais de 50% acham mesmo que o número de empregos vai diminuir no futuro*

— POR GONÇALO ALMEIDA





A revolução que a Inteligência Artificial vai operar no mercado de trabalho gera receios relativos a uma substituição da mão de obra humana pelos robôs. É assim desde a Revolução Industrial: sempre que estamos perante uma tecnologia disruptiva, com potencial de substituir os humanos nas suas tarefas, o medo do desemprego aparece.

Mais de metade dos portugueses (56%) considera que, de facto, a Inteligência Artificial vai ser responsável pela diminuição de empregos em Portugal, de acordo com o estudo *Digital Consumer Trends 2023*, da Deloitte, e pouco menos de metade (47%) dos inquiridos está preocupada com o facto de que a Inteligência Artificial substitua parte das suas funções atuais.

“Este número não me surpreende”, começa por explicar à VISÃO Pedro Tavares, *partner* da Deloitte, consultora responsável pelo estudo. “Está muito alinhado com aquilo que vemos noutros países, no Reino Unido ou Países Baixos. É uma temática que assusta”, explica.

Um receio não partilhado pelo responsável, que acrescenta: “Eu não acho nada disso. Há toda uma curva de adoção destas tecnologias e da perceção do seu valor, e o medo vai desaparecendo à medida que vemos que a relação de benefício é positiva.” “Agora, claro que aqueles que não se quiserem associar a esta tecnologia podem vir a perder o emprego”, deixa o alerta.

O mesmo estudo, realizado em 17 países, mostra que 60% dos consumidores portugueses estão familiarizados com as ferramentas de Inteligência Artificial generativa, com a



## Inteligência Artificial

Uso da IA generativa, como ChatGPT (da OpenAI) ou o Bard (da Google), está a aumentar em Portugal e já começa a ser explorada em contexto laboral



## Dados pessoais

Portugueses estão dispostos a fornecer dados do cartão bancário e do cartão de cidadão, por forma a tê-los no telemóvel



## Mais “gadgets”

Procura de dispositivos, como pulseiras ou relógios inteligentes, está a aumentar, e a cedência de dados de saúde (por exemplo, batimentos cardíacos ou horas de sono), também



## Pagar com o telemóvel

Os portugueses utilizam cada vez mais o telemóvel como meio de pagamento, e apenas 24% nunca o usou para este fim

maioria (54%) a conhecer pelo menos uma delas, nomeadamente o ChatGPT (da OpenAI) ou o Bard (da Google) – números, aliás, superiores ao de outras economias, como a do Reino Unido.

A maioria dos inquiridos (68%) que conhece alguma ferramenta de Inteligência Artificial generativa já utilizou pelo menos uma delas. Aliás, a maior parte das pessoas neste campo usou-a por motivos pessoais (74%), mas 40% desta amostra confirma que já aplica esta tecnologia no emprego e 31% na educação.

Entre os profissionais que afirmam já ter utilizado esta tecnologia em franca expansão, 28% acreditam que o respetivo empregador concordaria com o recurso a estas ferramentas. Dois em cada cinco utilizadores dizem que estariam dispostos a pagar por uma ferramenta de Inteligência Artificial generativa para poderem fornecer respostas mais rápidas e estar mais disponíveis para tarefas que exijam mão humana.

### A TECNOLOGIA QUE SE VESTE

Os portugueses estão a consumir cada vez mais produtos tecnológicos, e a Deloitte confirma um aumento do uso de aparelhos “vestíveis”, dispositivos que se assemelham a roupa ou a acessórios. O caso mais famoso é o dos relógios inteligentes, com 38% dos inquiridos a admitir que têm um, ou o das pulseiras *fitness* (25%).

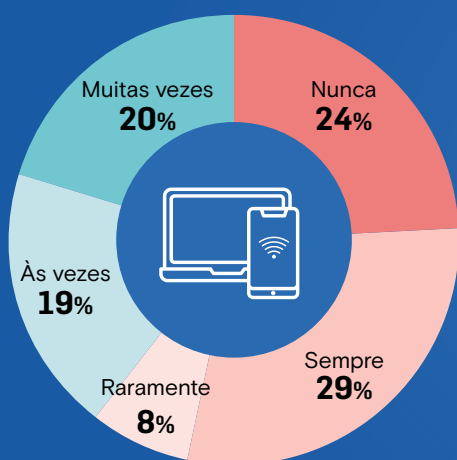
O estudo atesta que grande parte dos portugueses que tem um destes aparelhos usa-o para monitorizar dados de saúde (77%), como o batimento cardíaco, o número de passos, o exercício físico ou as horas de sono. No caso dos *smartphones*, a procura aumentou um ponto percentual face ao ano anterior, o que eleva para 95% o número de portugueses entre os 18 e os 65 anos com um aparelho desta tipologia.

Mas a forma como se olha para este aparelho está a mudar. Agora, além do preço, a capacidade de armazenamento (38%) e a velocidade do processador (36%) são as características mais procuradas pelos portugueses, renegando para terceiro lugar a câmara fotográfica (30%).

“Acho que isto é o primeiro sinal de que olhamos para o *smartphone* como um elemento da nossa identidade, uma extensão de nós próprios. Queremos ter todas as informações lá dentro, e já não só as fotografias, e queremos que ele funcione na velocidade máxima. Queremos ter toda a nossa vida no telemóvel e não ter de esperar por isso”, diz Pedro Tavares.

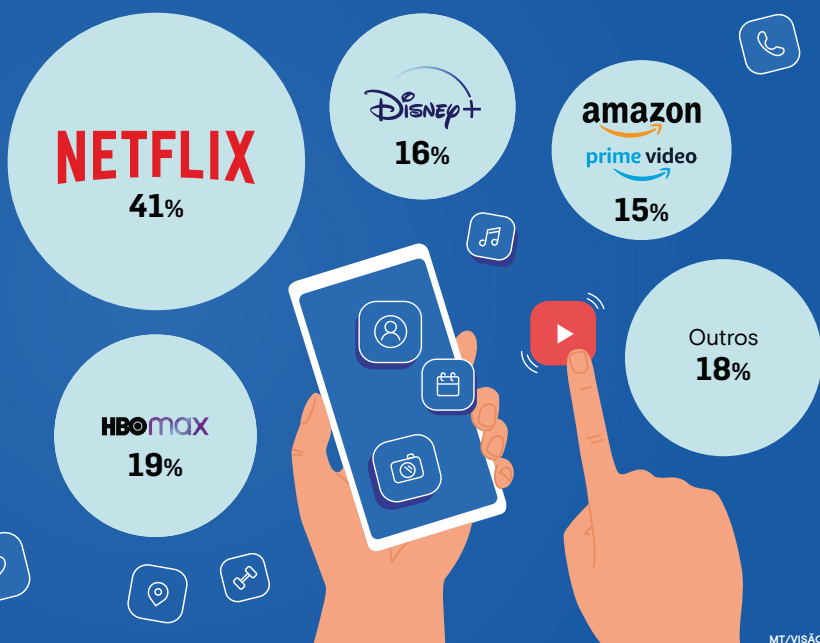
Três em cada quatro inquiridos (78%) afirmam que tentam reparar os dispositivos avariados, antes de comprarem um novo. Por outro lado, e atendendo ao impacto ambiental dos aparelhos eletrónicos, mais

## Pagamentos com dispositivos móveis



FONTE Deloitte

## Serviços de "streaming" favoritos



MT/VISÃO

de metade (58%) não fazem ideia de qual é a sua pegada de carbono.

Apesar de os portugueses se mostrarem muito disponíveis para partilharem os dados com todos os *gadgets* que possuem, desde o cartão bancário ou o cartão de cidadão, com o *smartphone*, ou os dados de saúde com os relógios e as pulseiras inteligentes, ficam de pé atrás com a possibilidade de compartilha-rem os dados pessoais com as autoridades.

Entre os inquiridos, apenas 28% estariam dispostos a dar acesso ao seu histórico de navegação, 30% a permitir o acesso ao registo digital do seu rosto e 34% à localização do seu telemóvel, mesmo que isto significasse uma proteção mais eficaz face a possíveis fraudes. Números que são ligeiramente inferiores aos dos cidadãos no Reino Unido, mais crenças na partilha de dados pessoais com as autoridades.

Pelo contrário, "os portugueses mostram entusiasmo em relação às soluções de identidade digital", pode ler-se no estudo, com uma percentagem considerável a afirmar que gostaria de poder utilizar o seu *smartphone* para aceder aos dados do seu cartão de cidadão (45%) ou da sua carta de condução (42%). Além disso, quase metade (48%) usa o *smartphone* ou o *smartwatch* para fazer pagamentos, percentagem mais significativa entre os utilizadores da Apple (60%).

"Estes números não são surpreendentes, uma vez que os portugueses sempre foram *early adopters* de tecnologia, em geral. No tema dos pagamentos com o telemóvel é que demons- tram muito conforto com a cedência de dados

# 60%

Maioria dos portugueses conhece ferramentas de IA generativa

# 47%

Quase metade dos portugueses tem medo de que a IA substitua parte das suas funções no emprego

# 38%

Entre os portugueses que sabem o que é, 38% já usam IA no trabalho

bancários e também alguma inconsciência quanto aos riscos. Acreditamos piamente que esta é uma forma segura de fazer pagamentos", continua a explicar o *partner* da Deloitte.

### NETFLIX SOFRE QUEBRA NA LIDERANÇA

O estudo da Deloitte demonstra que mais de metade dos portugueses paga para ter um serviço de streaming, e entre estas plataformas a mais popular continua a ser a Netflix (41%), seguida da HBO Max (19%) e da Disney+ (16%).

Porém, a popularidade da líder neste segmento sofreu uma queda de 12 pontos percentuais face ao ano passado. A justificação para esta nova realidade pode estar no fim da partilha de contas. Nesta linha, quase um em cada quatro inquiridos (23%) cancelou o pagamento de uma subscrição de serviço de vídeo, nos últimos 12 meses, destacando o facto de a assinatura ser demasiado cara como a principal razão (23%).

"Há cerca de meio ano, a Netflix, andou muito atrapalhada nos EUA, por causa do fim do serviço de partilhas de contas, o que estava a condicionar, e muito, as receitas da empresa. Eu podia partilhar a mesma conta com amigos, e não pagávamos mais por isso. Este é um tema recente na Europa e está a levantar preocupações noutras plataformas também", acrescenta o responsável.

O estudo, que ao nível global contou com entrevistas a 27 150 consumidores, provenientes de 17 países em três continentes, teve também a participação de mil consumidores portugueses. [gameida@exame.pt](mailto:gameida@exame.pt)