

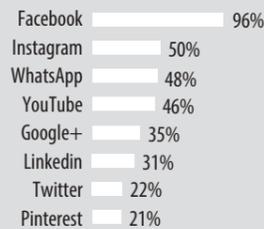
CONECTADOS E EXPOSTOS

PELO MENOS METADE DA POPULAÇÃO PORTUGUESA E UM TERÇO DA MUNDIAL ESTÃO A DEIXAR UM DETALHADO RASTO DIGITAL NAS REDES SOCIAIS

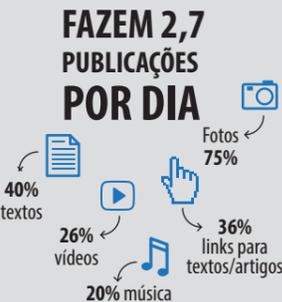
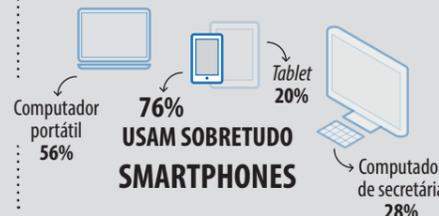
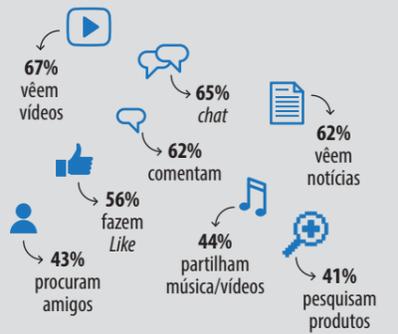
REDES SOCIAIS EM PORTUGAL

HÁ **4,9 MILHÕES** DE UTILIZADORES DAS REDES SOCIAIS EM PORTUGAL 15-64 anos

QUASE TODOS TÊM CONTA NO FACEBOOK



78% ENVIAR MENSAGENS É O USO MAIS COMUM



90% PARTILHAM INFORMAÇÃO PESSOAL

24% JÁ FEZ COMPRAS NAS REDES SOCIAIS

70% VIRAM PUBLICIDADE NAS REDES SOCIAIS...

...MAS 35% NÃO GOSTAM QUE HAJA PUBLICIDADE

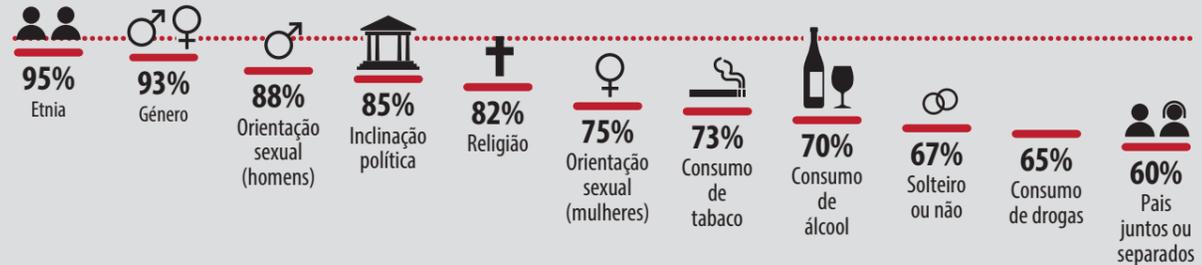
QUANDO SURTIU O...



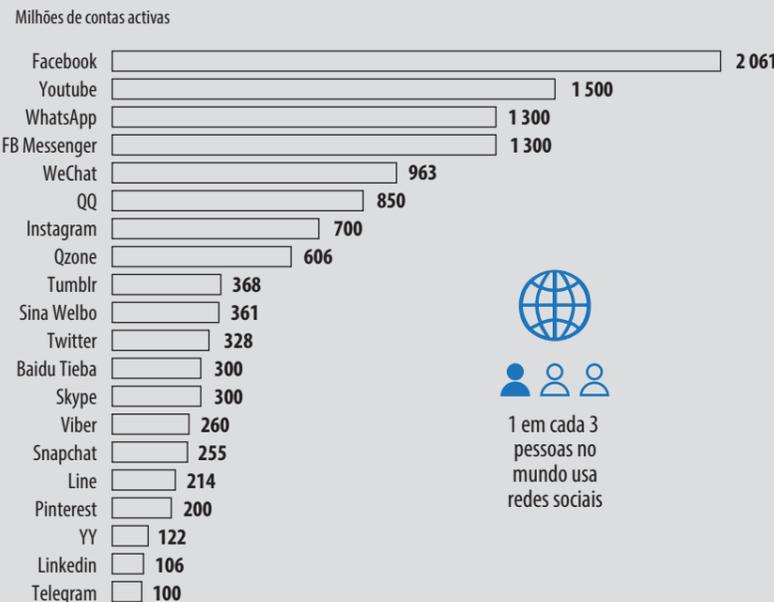
DIZ-ME DO QUE GOSTAS E DIGO-TE QUEM ÉS

É POSSÍVEL TRAÇAR O NOSSO PERFIL A PARTIR DOS LIKES NO FACEBOOK

Cientistas colocaram um computador a avaliar o perfil de milhares de utilizadores com base nos seus likes. Eis em que máquina acertou.

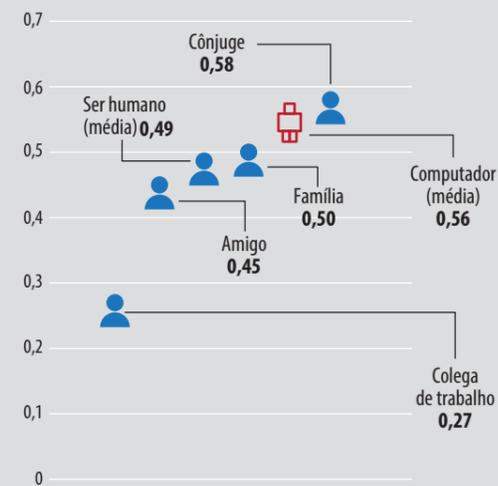


REDES SOCIAIS MAIS UTILIZADAS NO MUNDO Setembro 2017



QUEM CONSEGUE ADIVINHAR MELHOR A NOSSA PERSONALIDADE

(Índice de acerto: 0 = mínimo, 1 = máximo)



Quantos likes tem um computador de analisar para saber mais sobre nós do que...

...o cônjuge **300**

...um membro da família **150**

...um amigo **70**

...um colega de trabalho **10**

O QUE É FEITO COM OS NOSSOS DADOS

Mensagens do Twitter têm servido para dirigir equipas de socorro e ajuda humanitária durante catástrofes naturais, como incêndios, sismos, furacões e cheias.

A plataforma Waze partilha os dados de trânsito reportados pelos utilizadores com autoridades locais, para ajudá-las a melhorar o tráfego.

O Facebook e outras redes sociais usam os dados de navegação dos próprios utilizadores para personalizar o que aparece no feed de notícias de cada um.

O rasto deixado nas redes sociais serve de matéria-prima para serviços lucrativos de empresas que recolhem, tratam e vendem esta informação a terceiros.



Dados do Facebook são utilizados para moldar e direccionar campanhas de saúde, como fez a UNICEF durante a epidemia do vírus Zika no Brasil.

Cada vez mais investigadores recolhem dados das redes sociais, em particular do Twitter, para inúmeros tipos de análises científicas.

As redes sociais têm ferramentas para os anunciantes seleccionarem públicos-alvo específicos, com base nos dados revelados pelos perfis e actividade dos utilizadores.

Dados dos utilizadores podem servir a campanhas fraudulentas para influenciar a opinião pública, a partir de notícias falsas e comentadores "virtuais".

