

Resenha de imprensa

Fique por dentro das notícias publicadas na imprensa sobre as comunicações



Ano 9. Edição n.º 2, de 20 de Fevereiro de 2018

Proprietário: Autoridade Reguladora das Comunicações-INCM

Editor: Gabinete de Comunicação e Imagem

Quanto mais feliz é a sua relação, menos "ciberespião" é o seu parceiro



O amor pode andar no ar, mas nem sempre anda de mãos dadas com a privacidade na internet. Um estudo mostra que são muitos aqueles que espreitam o que os seus parceiros andam a fazer online.

Com o surgimento das redes sociais e uma maior adesão à internet, é inevitável que o mundo digital desempenhe um papel fundamental nos relacionamentos humanos. No entanto, deve ter-se em conta que uma relação pode ser afetada pela vida online.

Um relatório da Kaspersky Lab e da Toluna revela que 80% dos utilizadores acredita que os casais devem ter privacidade, tanto online como offline, mas mais de um terço dos utilizadores das redes sociais (31%) admite espiar os seus parceiros online. Nos casos de relações instáveis, o número chega aos 50%.

E, apesar de 70% dos utilizadores considerar as suas relações mais im-

portantes que a sua privacidade, pelo menos 61% admitem que não querem que o seu parceiro conheça algumas de suas atividades, incluindo as online, destacando-se o conteúdo das mensagens que enviam para outras pessoas.

Aqui, são os casais infelizes que mais querem manter privadas algumas das suas ações na internet (76% em oposição a 54% dos entrevistados em relações satisfatórias) e também os mais inclinados a considerar que a sua privacidade se encontra em risco (31%) em comparação com aqueles em relações mais felizes (15%).

O resultado de uma olhadela secreta nas movimentações online dos parceiros são motivo de disputa entre os casais, com um terço (33%) a discutir após um dos parceiros ter visto algo que o outro não queria partilhar.

Contudo, o estudo não revela só más notícias. De facto, metade dos casais partilha abertamente os pins e palavras-passe dos seus dispositivos e um quarto tem as suas contas reconhecidas nos dispositivos dos seus parceiros. Já 72% dos utilizadores dizem que não têm nada a esconder de seu parceiro.

(In <http://tek.sapo.pt>, 09.02.2018).

NASA estabelece contacto com satélite perdido há mais de uma década

O IMAGE foi lançado no espaço no ano 2000, tendo perdido o contacto com o planeta Terra em 2005.

13 anos depois de ter perdido contacto com o IMAGE, a NASA voltou a cruzar os seus aparelhos com o satélite, que se encontrava à deriva no espaço sideral.

O Imager for Magnetopause-to-Aurora Global Exploration (IMAGE) foi lançado em 2000 com a missão de auxiliar a agência a criar as primeiras imagens detalhadas da formação de uma matéria chamada plasma ionosférico. A missão foi completa em 2002, mas o satélite deixou de estabelecer contacto com o planeta Terra em 2005. Em consequência, o IMAGE foi declarado perdido e a NASA resignou-se ao destino (aparentemente) incontornável do aparelho: passar o resto dos seus dias a flutuar no grande vazio.

No início deste mês o satélite foi detetado por um astrónomo amador, que comunicou à NASA a sua descoberta. A empresa levou algumas semanas a confirmar que o satélite era, de facto, o IMAGE, uma vez que o hardware e o software utilizados por este aparelho já não existem. Após alguns dias de análise, o laboratório Johns Hopkins Applied Physics, em Laurel, Maryland, conseguiu recolher informação suficiente do satélite para confirmar a sua identidade.

A equipa da agência espacial norte-americana vai agora passar algumas semanas a analisar os dados que conseguirem recolher do IMAGE, de forma a aferir o estado do aparelho e os sítios por onde este passou ao longo dos últimos anos.

(In <http://tek.sapo.pt>, 02.02.2018).

Ainda nesta edição

Facebook está a "envelhecer". Utilizadores mais jovens estão a "fugir" para plataformas rivais	2
Versão alternativa da Wikipedia vai ser encerrada ainda este ano	3
Dia Mundial da Rádio: A Internet "matou" as estrelas da rádio?	3

Resenha de imprensa

Fique por dentro das notícias publicadas na imprensa sobre as comunicações

Facebook está a "envelhecer". Utilizadores mais jovens estão a "fugir" para plataformas rivais



Um estudo no Reino Unido mostra que a rede de Mark Zuckerberg está a perder a popularidade entre os adolescentes e os jovens adultos, mas que para os utilizadores com mais de 55 anos a história já é outra.

O relatório da *eMarketer*, citado pelo *The Guardian* revela que o *Facebook* está a envelhecer e que, durante este ano, o número de utilizadores entre os 55 e 65 anos será de 6.4 milhões no total, o que representa um aumento de 500 mil novos utilizadores acima da barreira dos 55 anos.

A celebrar 14 anos, a rede social ainda continua a ser aquela

onde as pessoas passam mais tempo, mas parece estar em declínio, principalmente para os utilizadores entre os 12 e os 24 anos.

De acordo com a previsão do estudo, 6,7 milhões de utilizadores dentro dessa faixa etária vão usar o *Facebook* regularmente este ano, o que representa menos 700 mil do que no ano passado.

E parece que a preferência está a recair na plataforma rival, o *Snapchat*, conforme diz Bill Fisher, analista da *eMarketer*.

"O *Facebook* tem um problema de adolescentes", explica, acres-

centando que, apesar de, até agora, o *Facebook* ter conseguido "que quem muda de plataformas acabe no *Instagram*", "há agora sinais de que os jovens estão a ser influenciados pelo *Snapchat*", acrescentou.

Também nos EUA, esta é uma tendência, conforme noticia o *Recode*, que afirma que o número de utilizadores daquela rede social, entre os 12 e os 17 anos, diminuiu 9,9% em 2017, num total de 1,4 milhões de consumidores.

O valor é três vezes superior ao que a *eMarketer* previu no ano passado, que seria uma queda de 3,4%.

Entre os motivos apontados para este declínio, o principal é a existência das muitas opções que os jovens têm para se manterem em contato com os amigos e familiares.

(In <http://tek.sapo.pt>, 12.02.2018).

facebook

Resenha de imprensa

Fique por dentro das notícias publicadas na imprensa sobre as comunicações

Versão alternativa da Wikipedia vai ser encerrada ainda este ano



Criada em parceria com algumas operadoras locais para permitir o acesso gratuito ao site, a plataforma Wikipedia Zero destinava-se sobretudo a países em desenvolvimento. Ao longo de 2018, vai chegar ao fim.

A redução do número de utilizadores e do preço das ligações móveis são os motivos apontados pela *Wikimedia Foundation* para, ao fim de seis anos, decidir descontinuar o programa Wikipedia Zero.

O facto de alguns utilizadores não utilizarem a plataforma, por não terem conhecimento dela, também estará na origem desta decisão, apesar dos esforços realizados na sua divulgação.

Outro dos fatores referido é o de que a oferta por parte das operadoras tem sido vista como um po-

tencial problema para as organizações reguladoras da neutralidade da *internet*. Por exemplo, em 2014 no Chile, a Subsecretária de Telecomunicações determinou que os serviços a custo-zero como a Wikipedia Zero, que subsidiavam o uso de dados móveis, violavam as leis de neutralidade da rede, decretando o seu encerramento nesse ano.

A fundação sem fins lucrativos contabiliza que serviu de base de acesso a mais de 800 milhões de utilizadores desde 2012. Para tornar isso possível, terá feito parceria com 97 operadoras móveis de 72 países.

Ainda não foi revelada a data exacta de encerramento da plataforma, apenas havendo a indicação que acontecerá no decorrer deste ano.

(In <http://tek.sapo.pt>, 19.02.2018).

Dia Mundial da Rádio: A Internet “matou” as estrelas da rádio?

No ano em que comemora o sexto aniversário, o Dia Mundial da Rádio tem como tema “A Rádio e o Desporto”. Mas, na era das redes sociais e de novas tecnologias, ainda há espaço para este meio de comunicação?

O Dia Mundial da Rádio comemora-se, oficialmente, desde 2012, numa data escolhida pela UNESCO por ter sido o dia em que, em 1946 e numa resolução das Nações Unidas, a Rádio ONU transmitiu um programa em simultâneo para um grupo de seis países.

Este ano, a UNESCO dedica o Dia Mundial da Rádio ao tema da radiodifusão desportiva com o objetivo de celebrar a rádio enquanto meio de comunicação, mas também de promover uma melhor cobertura dos desportos femininos, lutar contra a discriminação sexual nas ondas de rádio e defender a igualdade de oportunidades nos media desportivos.

Na sua mensagem de comemoração da efeméride, a diretora geral da UNESCO, Audrey Azoulay, destacou o facto dos media “apenas dedicarem 4% do conteúdo desportivo ao desporto feminino e que apenas 12% das informações desportivas são apresentadas por mulheres”, segundo o Relatório Mundial de Monitorização dos Media.

Por se tratar de um meio de comunicação altamente acessível, relativamente barato e de simples utilização, a rádio chega a 95% da população mundial, encurtando as distâncias entre as diferenças culturais, políticas, económicas e sociais (...).

(In <http://tek.sapo.pt>, 13.02.2018).