

INDUSTRIAS ARREDOR DA REDE

Nieves R. Brisaboa

MOTIVACIÓN

- Internet veu revolucionalo TODO.

- Vellos paradigmas:

- Bibliotecas
- Ferramentas de Edición
- Gramática
- Com...

- Ma...

- ...as industrias que usan a lingua como
fundamental ou como ecosistema.

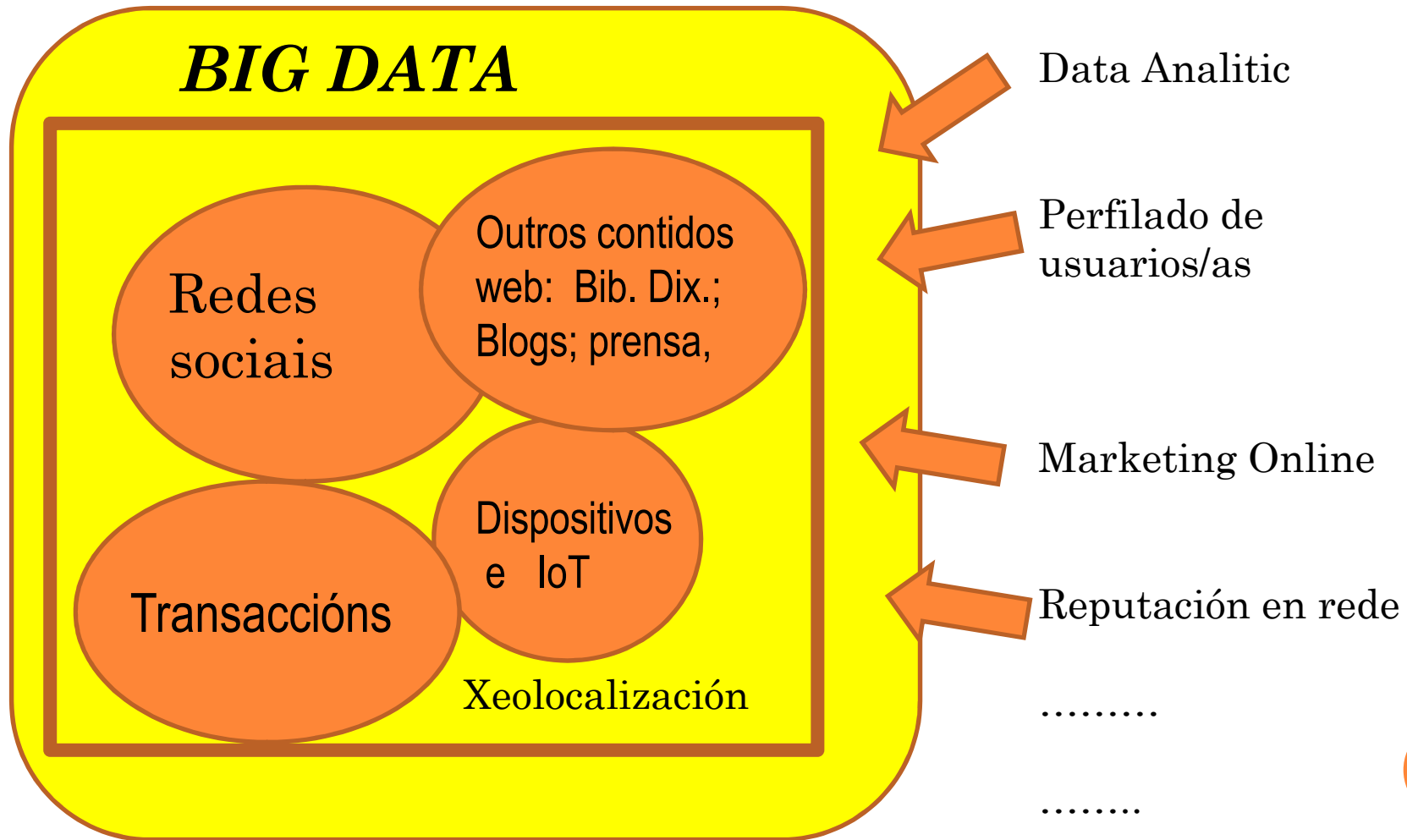
- ... das redes
- Publicidade online
- Perfilado de usuarios/as

- * Reputación online
- * Xeración de opinión
- * Análise automático de sentimentos

- Múltiples consideracións éticas e legais non resoltas.

Xa non basta con producir contidos en galego para que o galego sexa relevante en internet

A REALIDADE DE HOXE



BIG DATA

- A día de hoxe a capacidade de producir datos da humanidade ten desbordado as previsións máis arriscadas dos últimos anos.
 - Redes sociais
 - Dropbox
 - Whatsapp
 - Youtube
 - Flickr
 - Whatsapp
- A capacidade de almacenar eses datos ten evolucionado de xeito que o almacenamento non só non é un problema, senón que é GRATIS para a meirande parte dos usuarios

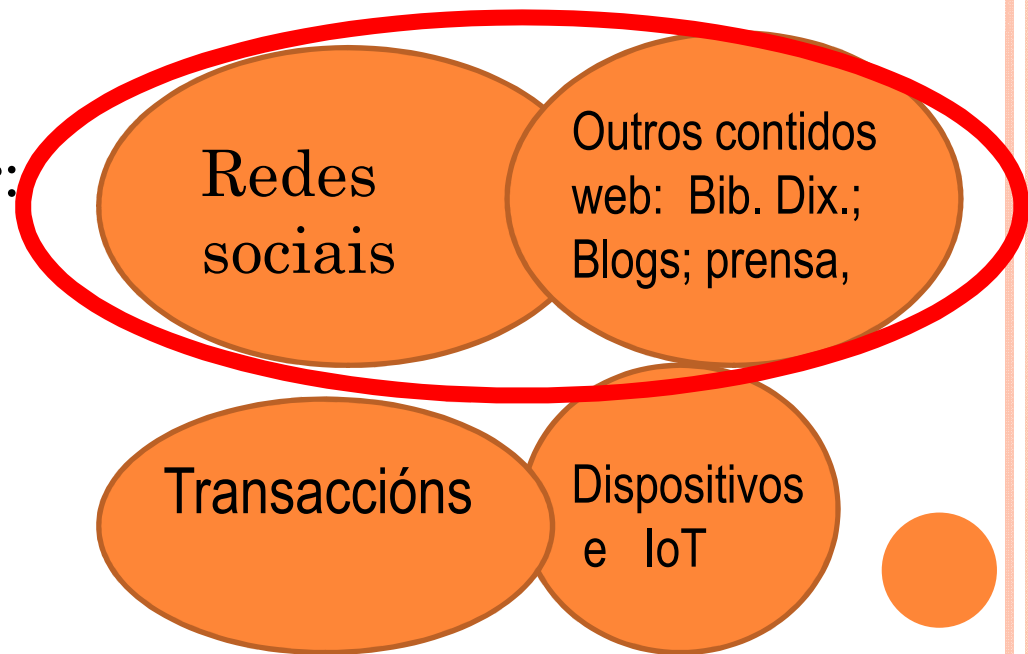
BIG DATA

- O 90% dos datos disponibles hoxe foron xerados no último lustro. (*SINTEF. Big Data for better or worst: 90% of world`s data generated over last two years. Science Daily, May 2013.*)
- *A International Data Corporation (IDC)* estima que en 2020, haberá máis de 40.000 millóns de gigabytes !!!!! uns 5.200 gigabytes por persoa!!!!.
(J. Gantz and D. Reinsel. The digital universe in 2020: Big data, bigger digital shadows, and biggest growth in the far east, December 2012.)

BIG DATA

- Refírese ao problema de almacenar, xestionar, analizar e explotar grandes cantidades de datos baixo 4 condicións definidas como “as 4 V”:
 - *Volume, Velocidade, Variedade, e Validez*
máis recentemente engádese unha nova V: *Valor*

- Os datos prodúcense por:
 - Transaccións
 - Persoas
 - Dispositivos



BIG DATA: ¿ DE ONDE SAEN OS DATOS?

○ Transaccións:

- WallMark xera máis de 2,5 gigabytes cada hora, que almacena, analiza e explota.

○ Dispositivos:

- Cisco en 2013 estimou que menos do 1 % dos dispositivos electrónicos estaban conectados, mais que en 2020 haberá 50 billones de dispositivos conectados, uns 6 por persona, que xerarán datos nunha escala sen precedentes, interoperando entre eles, con certa autonomía nun masivo procesamento distribuído.

<http://newsroom.cisco.com/feature-content?type=webcontent&articleId=1208342>

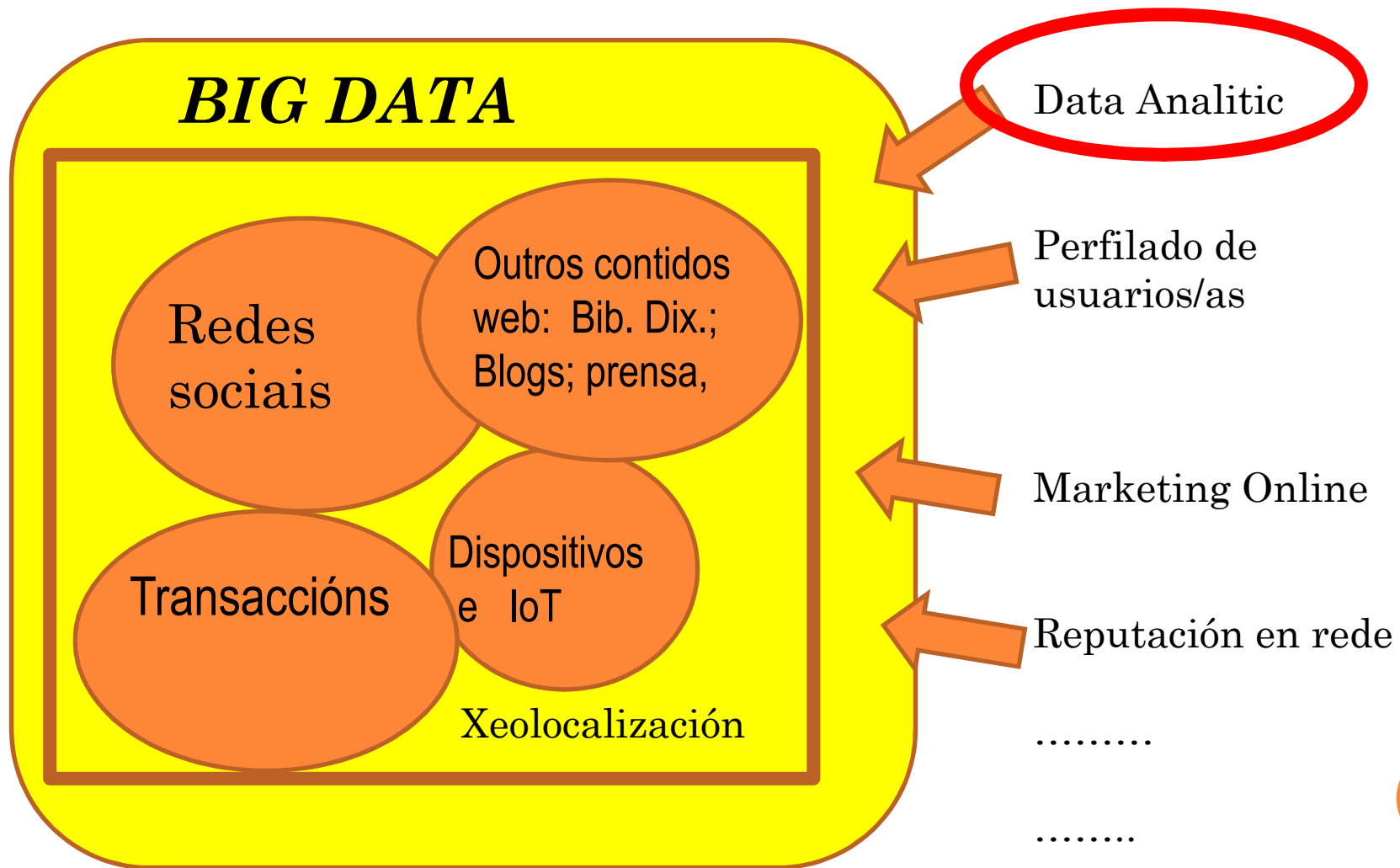
○ Persoas:

- *European Consumer Commissioner* fai as seguintes estimacións:
 - Beneficios pola explotación en Europa de datos persoais : 330 billons €
 - Impacto do *Digital Single European Market* : 415 billons €
- ***“Personal data is the new oil of the Internet and the new currency of the digital world.”***
- Principal problema do *Digital Single European Market* : ***O multilingüismo***
- Así a UE deseñou unha *Strategic Research Agenda*, que establece a **necesidade de crear**

• ***Recursos lingüísticos de calidade.***

- http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-09-156_en.htm
- http://ec.europa.eu/priorities/index_en
- <http://www.meta-net.eu/sra-en>

A REALIDADE DE HOXE



DATA ANALITIC

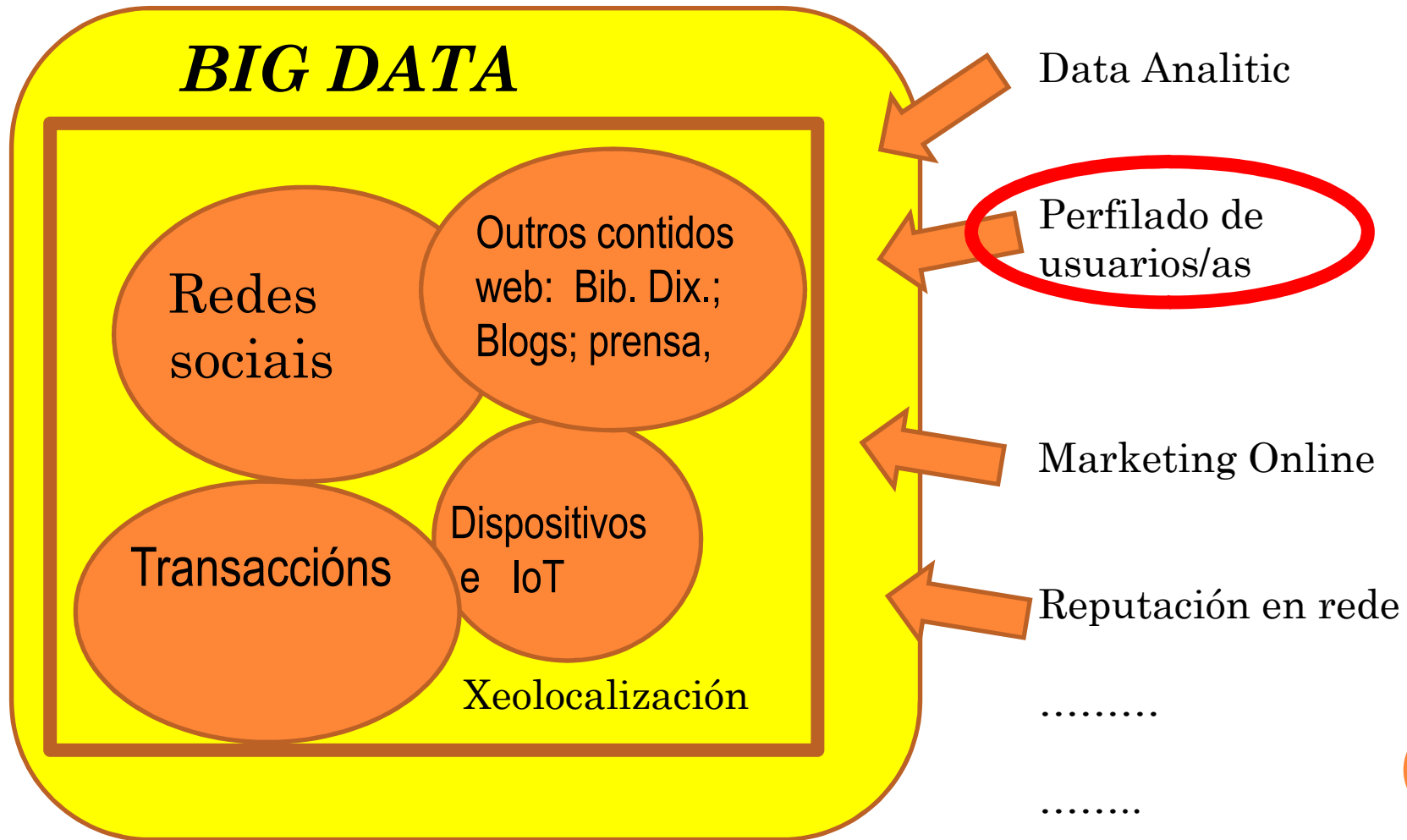
- Conxunto de técnicas (estadísticas, algorítmicas,...) orientadas a extraer dos datos *valor para o negocio* en **tempo real**.
- **Fases:**
 - **Inspeccionar, Limpar, Transformar e Modelar** os datos.
- A **análise avanzada** considera tanto os datos operacionais, (transaccións de clientes) como datos online de clientes, mais tamén datos sobre a produción distribución etc. dos produtos e servizos da empresa.....INDUSTRIA 4.0
- **Retos e técnicas:**
 - Minería de datos
 - Análise predictiva.
 - Procesamento de eventos complexos.
 - Xestión de regras de negocio.
 - *Business Intelligence*.
 - Integración de datos heteroxéneos.

EXEMPLO:

- Lembremos os novos contadores
- Uso estándar
 - Unha

○ Pero aínda estamos a falar de datos numéricos
.....non lingüísticos!!!!

A REALIDADE DE HOXE



PERFILADO DE USUARIOS

- Non só Facebook, Twitter, Whatsapp, Email, El Idealista, etc.

- O negocio somos **NÓS!!!!**
O negocio esta en captar os datos que xeramos..... e vendelos!!!!

A xeolocalización da nosa posición aínda dá máis datos relevantes

PERFILADO DE USUARIOS

- ❖ Clasificación /Categorización dos usuarios en función dos seus patróns de comportamento /consumo /navegación....
- ❖ Úsanse técnicas estatísticas.
 - ❖ *Big Data Analitic*
- ❖ **Obxectivo:** Facilitar a personalización da mensaxe.
- ❖ **Exemplo:**
 - ❖ Perfilado de usuarios en prensa dixital.

PERFILADO DE USUARIOS

- Non se usan só os datos que fornece a persoa a o se dar d
servizo, o mesmo o seu perfil de comportamento dent
compañía senón que a tendencia actual é

“entender o cliente como un
permita coñecelo de

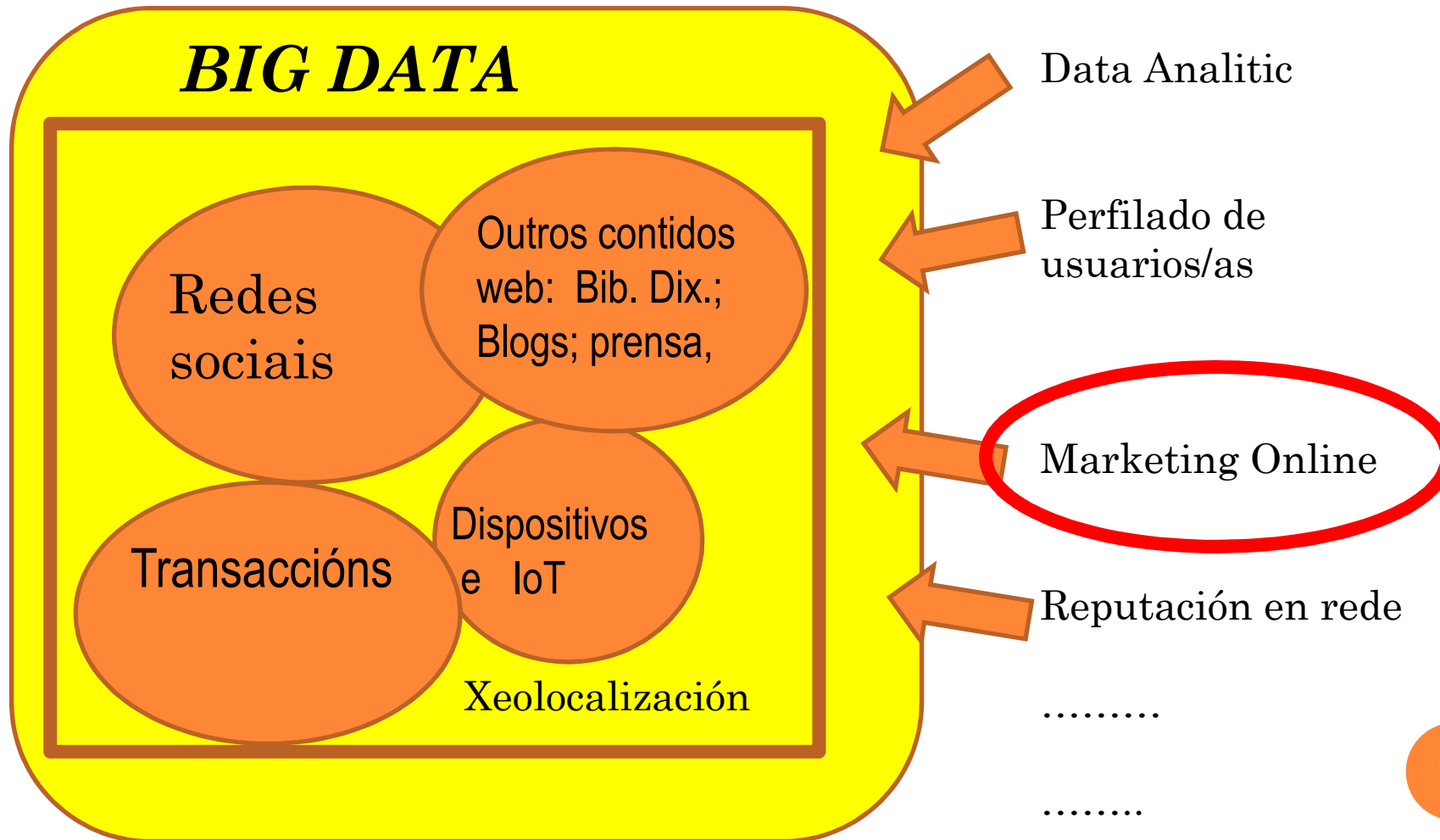
- O rastrexo dun cli
vai deixando
privacida
no

- en diferentes foros, como a recollida e oferta de
recomendacións requiren

- En produtos similares aos comprados
no perfil, baséanse nestas técnicas.

**Tanto a recollida de datos do que os clientes din
en diferentes foros, como a recollida e oferta de
recomendacións requiren
Técnicas de enxeñaría lingüística.**

A REALIDADE DE HOXE



MARKETING ONLINE

- A publicidade subliminal levada ao seu máximo esplendor.
- Grandes lagoas legais e éticas.!!!!
- A inversión en marketing dixital no mundo alcanzará case os 230 mil millóns de dólares en 2017 (*proyeccións de eMarketer*)
- Algúns conceptos:
 - **Influencer.**
 - **Engagement.**

CONCEPTOS DE MARKETING ON-LINE:

○ **Influencer.**

- Quen ten non só seguidores senón “*influenza*”
 - Que un influencer fale ben dun produto vale diñeiro!!!
 - Captar os influencers entorno a unha conversa é a clave en marketing online. Serán os embaixadores da marca.
 - O feito de teren credibilidade entre os seus seguidores axudará a introducir o produto de xeito casual e máis eficiente.

○ **Mídese** contando número de seguidores, rebotes, número de “gostame”, respostas positivas, reenvíos....

CONCEPTOS DE MARKETING ON-LINE:

○ **Engagement.**

- Compromiso do “cliente” coa marca, blog, servizo... Grao en que interactúa coa marca e cree no compromiso da marca cos seus usuarios.
- É o gran obxectivo a lograr.
- Trátase de crear fidelidade e motivación nos usuarios, pois son eles os que van a atraer tráfico. Hai que facer que se sintan parte da marcapara isto
 - Crear contidos de interese.
 - Promover que os usuarios produzan os seus propios contidos.

○ **Mídese** contando **compras, visitas o sitio web, tempo de permanencia no sitio, comentarios o críticas positivas...**

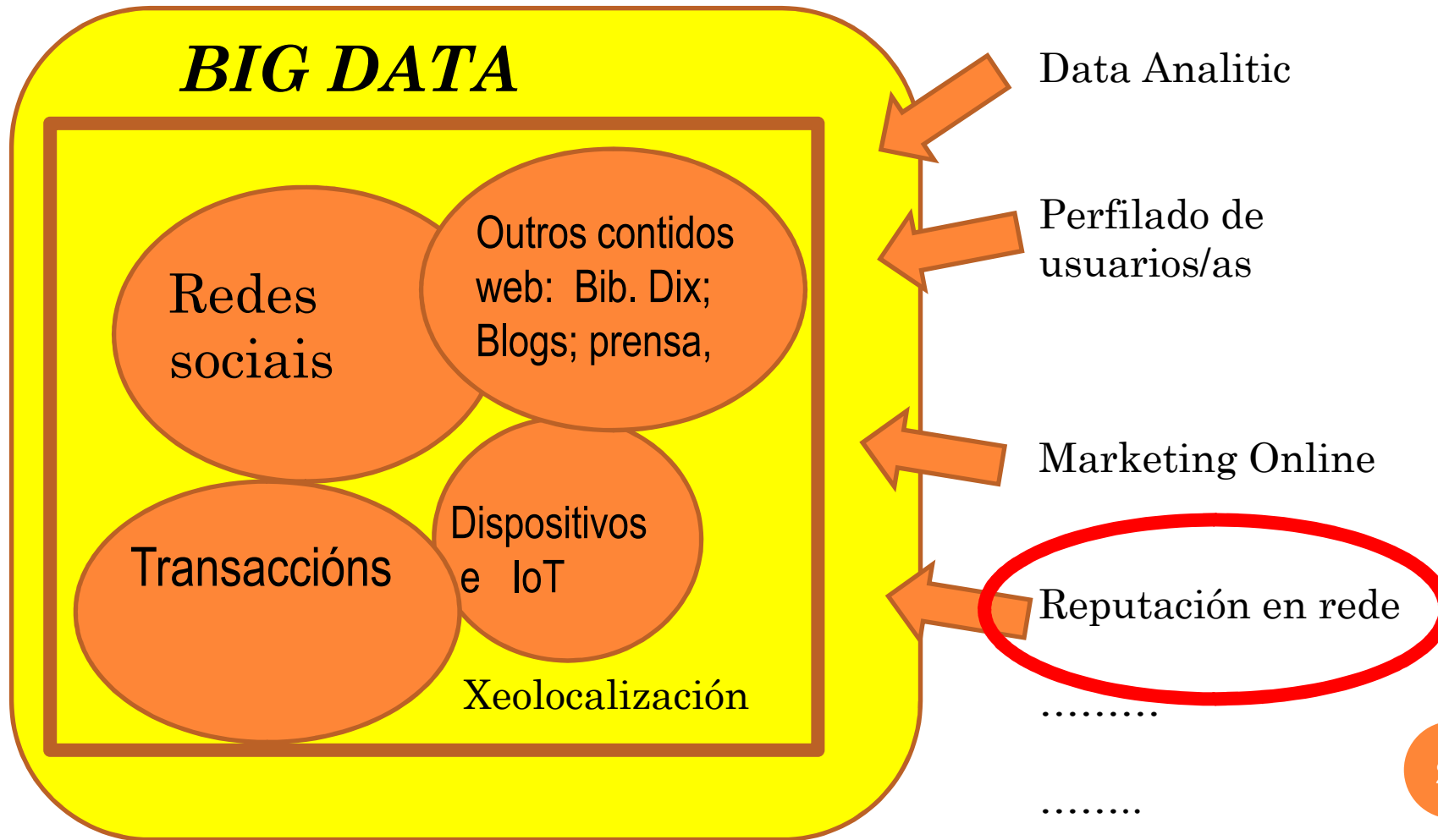
PROCESO DO MARKETING ONLINE



UN EJEMPLO DE USO EFECTIVO DAS REDES PARA A PUBLICIDADE: O CASO DE LEGO

- Os fans de LEGO producen 20 veces máis contidos positivos sobre LEGO que a propia compañía.
Alto nivel de ENGAGEMENT
- LEGO entendeu moi ben aos seus consumidores. Descubriu que tiñan dúas motivacións sociais moi poderosas:
 - Construír cousas xuntos,
 - Lucir con orgullo as súas creacións
- Potenciou a idea de que é un xoguete moi creativo co que se poden facer cousas difíciles
- Os contidos dos propios consumidores convertéronse nun elemento clave

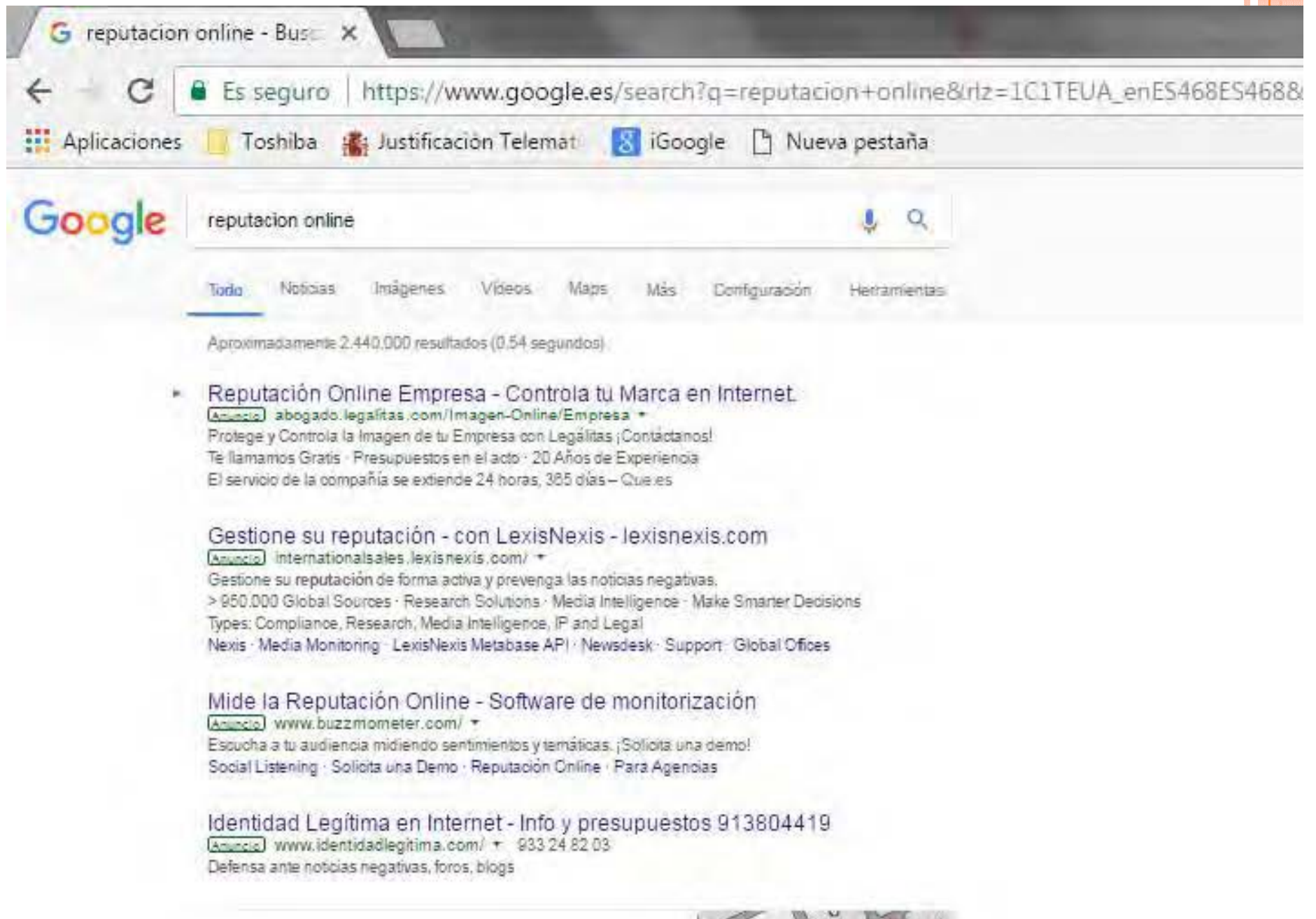
A REALIDADE DE HOXE



REPUTACIÓN ON LINE

- A **reputación online** é a imaxe dunha empresa, persoa, institución ou marca en Internet.
- Inclúe a imaxe que proxecta a propia marca e, sobre todo, as **novas, comentarios, opinións** (**VERDADEIRAS OU NON!!!!**) expresadas por terceiros en redes sociais, foros, blogs e medios online en xeral.
- É parte esencial das estratexias de marketing online

REPUTACIÓN ON-LINE



reputacion online - Busc x

Es seguro | https://www.google.es/search?q=reputacion+online&rlz=1C1TEUA_enES468ES468&

Aplicaciones Toshiba Justificación Telemat iGoogle Nueva pestaña

Google reputacion online

Todo Noticias Imágenes Vídeos Maps Más Configuración Herramientas

Aproximadamente 2.440.000 resultados (0,54 segundos)

- ▶ **Reputación Online Empresa - Controla tu Marca en Internet.**
[Anuncio](#) abogado.legalitas.com/Imagen-Online/Empresa ▶
Protege y Controla la Imagen de tu Empresa con Legálitas ¡Contáctanos!
Te llamamos Gratis · Presupuestos en el acto · 20 Años de Experiencia
El servicio de la compañía se extiende 24 horas, 365 días – Que es
- Gestione su reputación - con LexisNexis - lexisnexis.com**
[Anuncio](#) internationalsales.lexisnexis.com/ ▶
Gestione su reputación de forma activa y prevenga las noticias negativas.
> 950.000 Global Sources · Research Solutions · Media Intelligence · Make Smarter Decisions
Types: Compliance, Research, Media Intelligence, IP and Legal
Nexis · Media Monitoring · LexisNexis Metabase API · Newsdesk · Support · Global Offices
- Mide la Reputación Online - Software de monitorización**
[Anuncio](#) www.buzzrnometer.com/ ▶
Escucha a tu audiencia midiendo sentimientos y temáticas. ¡Solicita una demo!
Social Listening · Solicita una Demo · Reputación Online · Para Agencias
- Identidad Legítima en Internet - Info y presupuestos 913804419**
[Anuncio](#) www.identidadlegitima.com/ ▶ 933 24 82 03
Defensa ante noticias negativas, foros, blogs

REPUTACIÓN ON LINE

As empresas especializadas en xestión da reputación online ofrecen servizos de:

Escoita,
Medición,
Análise,
Definición de estratexias
Influencia e control

Do que se di da marca dos seus clientes nas redes sociais

REPUTACIÓN ON LINE

- Analízanse millóns de comentarios da marca e se fai unha clasificación dos comentarios como positivos, negativos ou neutros.

As redes sociais **VENDEN** os seus contidos, xeolocalizados a estas empresas

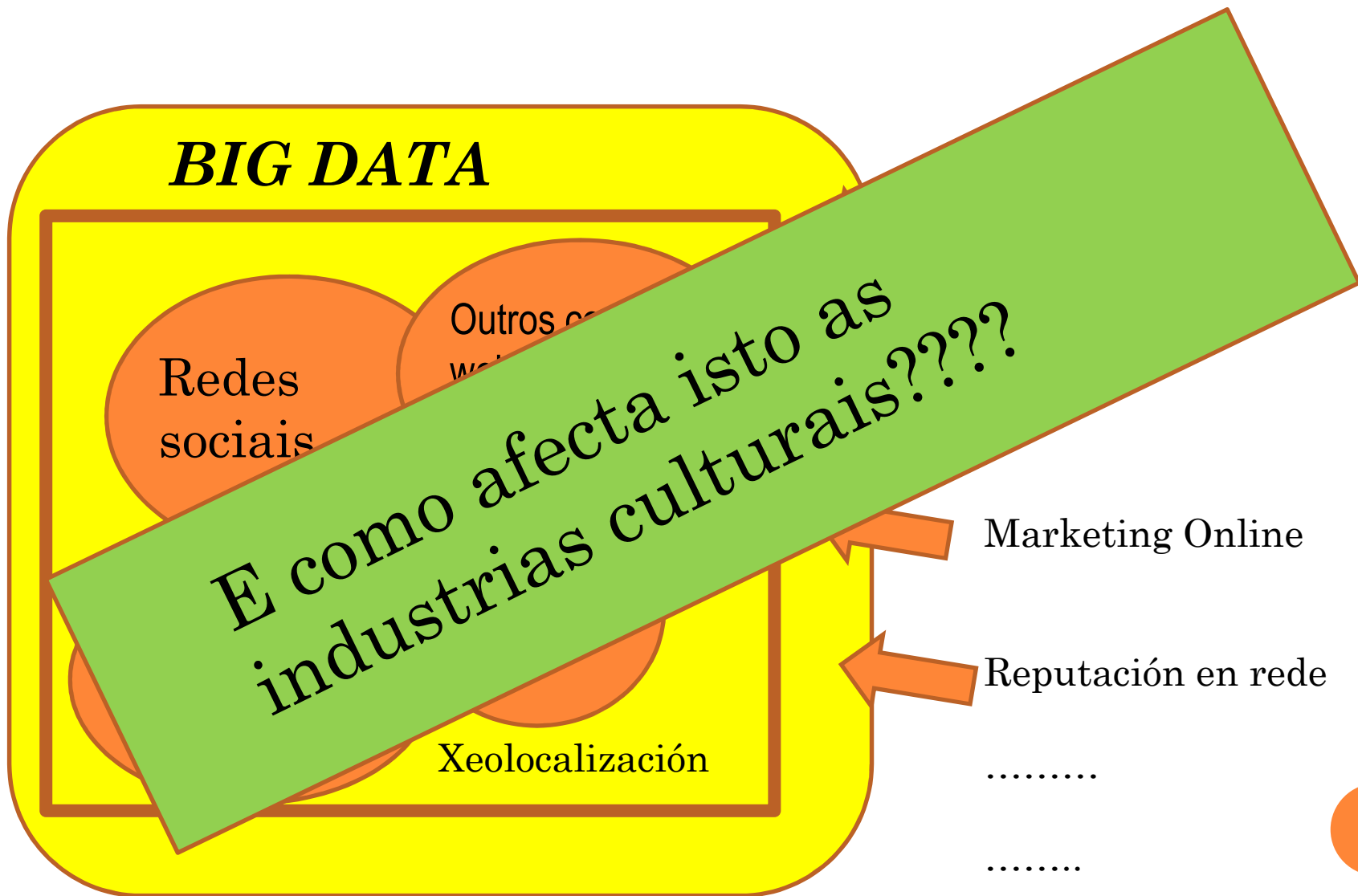


- Supón problemas complexos de enxeñaría lingüística.

Exemplo:

- **Repsol** ten sempre a gasolina un pouco mais barata / cara
- Quedamos a saída da cidade na cafetería da gasoleneira de **Repsol**

A REALIDADE DE HOXE



REFLEXIÓNS FINAIS

DIAGNOSTICAR

Actividades de:

Obtención de datos
Escoita das redes
Análise de com

Papel da lingua:

Suficientes contidos en galego?
Ferramentas lingüísticas necesarias?

ACTUAR

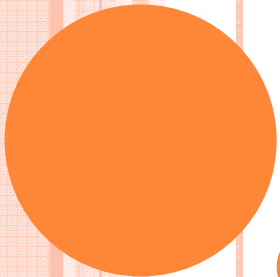
Actividades de:

Xeración de contidos
Promocións de ma
Control da re

.....

Papel da industria cultural:

Marketing axeitado?
Reputación do galego e da cultura en galego?



28

INDUSTRIAS ARREDOR DA REDE

Nieves R. Brisaboa