



Informe proxecto Neofalantes.gal

Por K12 Comunicación
v 1.0.0, maio, 2022

*Língua proletaria do meu pobo
eu fáloa porque sí,
porque me gosta,
porque me peta e quero
e dame a gaña
porque me sai de dentro...*

Celso Emilio Ferreiro



Introdución

Neofalantes.gal é un sitio web social centrado nos neofalantes. En concreto, céntrase nas súas traxectorias vitais, nas súas expectativas e nas súas demandas individuais e sociais. En definitiva, nas formas de experimentación que atinxen o cambio que decidiron incorporar na súa vida e que os converte en verdadeiros protagonistas da recuperación do galego.

Calquera persoa que se sinta neofalante e que teña entre os seus obxectivos dinamizar, potenciar, dignificar e crear valor engadido co uso da lingua galega está invitada a participar, e a contribuír de formas diversas a encher de contido esta web social.

Contidos

1. Obxectivos	5
2. Grupo de traballo	5
3. Fases.....	5
4. Desenvolvemento técnico.....	6
5. Alcance	7
6. Descrición técnica.....	7
6.1 Xestor de contidos	8
6.2 Características da publicación.....	9
6.3 Atributos de contido	9
7. Neofalantes.gal en datos	10
7.1 Contidos	10
7.2 Visitas web	11
7.3 Top países.....	11
7.4 Seguidores en redes.....	12
7.5 Crecemento.....	12
7.6 Subscritores por notificación push.....	13
7.7 Tipo de perfil	14
7.8 Alcance das publicacións.....	15
7.9 Alcance en Twitter	16
7.10 Reprodución de vídeos “Eu son neofalante” en Instagram	17
8. Conclusións	18
9. Redes sociais	20
10. Plataformas.....	23

1. Obxectivos

O obxectivo principal desta actuación era o de crear un gran portal web informativo e social para implicar distintos colectivos, pero, sobre todo, a comunidade universitaria que decidiu apropiarse activamente da lingua galega nas súas interaccións cotiás (familia, traballo, negocio, amizades, lecer etc.), a pesar de que a súa primeira lingua era o castelán.

Este obxectivo xeral proxectouse nos seguintes obxectivos específicos:

- Producir, almacenar e distribuír contidos de diversa índole relacionados co neofalantismo (investigación, divulgación, formación).
- Favorecer a creación de espazos físicos e comunidades virtuais que estimulen o neofalantismo.
- Expandir e difundir o interese pola lingua e a literatura galegas.
- Promover a narración de historias de neofalantes que se criaron lingüisticamente en español.
- Contribuír á creación de redes de negocio arredor do neofalantismo.
- Dinamizar o galego a partir do intercambio de ideas, proxectos, experiencias, propostas de actuación etc., pensadas dende e sobre o neofalantismo.
- Buscar persoas non galegas que no seu día se achegaron ao noso idioma.

2. Grupo de traballo

A web está desenvolvida polo grupo de Novos Medios da Facultade de Ciencias da Comunicación da USC, coa colaboración da Secretaría Xeral de Política Lingüística, coordinada e dirixida por Xosé López e Xurxo Salgado, profesores da dita facultade.

3. Fases

Primeira fase. Creación dun **portal web** informativo que conte con seccións sobre o mundo neofalante, sobre a actualidade da lingua galega, investigacións lingüísticas, polémicas en redes relacionadas co galego, unha sección de vídeos e, finalmente, unha de opinión. Ademais contará cunha presenza activa en redes sociais, sobre todo nas máis empregadas pola mocidade, Instagram e Tik Tok, aínda que tamén terá canle de Youtube, Facebook e Twitter.

Nunha segunda fase, o grupo traballará na posta en marcha dunha ferramenta tecnolóxica interactiva que funcionará a xeito de **rede social** entre a comunidade neofalante e favorecerá a creación de comunidades virtuais de todo o mundo que empreguen o galego.

A web servirá tamén como fío de contacto entre distintos sectores que empregan a lingua galega para facer negocio, polo que se creará unha área empresarial específica destinada a conectar os responsables de empresas ou persoas interesadas en crear negocios e servir de enlace entre estes en distintos países, especialmente no mundo lusófono, a través da lingua galega.

4. Desenvolvemento técnico

O obxectivo principal que se tivo en conta para o desenvolvemento desta plataforma web foi ofrecer un servizo áxil de creación de contido e divulgación sobre o mundo do neofalantismo, en particular, e do idioma galego en xeral.

O sistema cumpre cos seguintes requisitos especificados.

- **Optimización de carga:** sistema de caché temporal e compresión de CSS/HTML e Java para optimización de carga e liberación de consumos de CPU en servidor.
- **Deseño**
 - **Deseño responsive:** o deseño da web contempla alternativamente unha estrutura de deseño distinta, optimizada para dispositivos móbiles como teléfonos e tabletas.
 - **Ergonomía e usabilidade:** a web é sinxela na súa navegación. O acceso á información ten que ser posible no menor número de clics. A estruturación e organización do contido é clave para non perder a un usuario. O buscador interno xoga aquí un papel importante.
 - **Compatibilidade:** a web terá que garantir a súa compatibilidade cos principais navegadores da internet que existen actualmente no mercado (Internet Explorer, Mozilla, Firefox, Opera, Safari). Por iso a programación realizarase en HTML5/ CSS3 para garantir ao máximo a compatibilidade e aproveitar as novas funcionalidades que esta tecnoloxía permite.
 - **Seguridade:** en todo momento o sistema garante a seguridade dos usuarios implementando un sistema de seguridade Firewall no servidor, así como no caché e cifrado das comunicación mediante certificado SSL.
 - **WebServices:** para a integración con outros sistemas de datos externos mediante protocolos XML-RPC, SOAP ou REST.
 - **Optimización SEO:** o sistema permite configurar todas as opcións de Search Engine Optimization por artigos/contidos, así como as opcións xerais da páxina principal mediante un asistente que vai guiando os redactores para cumprir as recomendacións en canto a mellorar o posicionamento nos buscadores.
 - **Difusión de contidos por seccións mediante RSS e notificacións PUSH:** o sistema conta con servizo RSS para integración con webs e aplicación de terceiros, así como sistema de notificacións push para navegadores compatíbles, tanto móbiles como de escritorio.
 - **Difusión de contidos en redes sociais:** mediante botóns específicos de cada rede e integración directa con Facebook e Twitter para automatización de publicación de contidos nestas redes sociais.
 - **Integración de microsites independentes:** Mediante ligazóns URL ou frames dentro do contido para permitir a divulgación de contido e atraer tráfico á web.
- **Buscador avanzado:** para facer buscas en toda a web
- **Sistema de notificación de erros no contido:** sistema de notificación de erros no contido por parte do lector. Os erros sonlle remitidos ao autor/a do artigo.

5. Alcance

O alcance vén determinado pola información para manexar, o deseño do sitio e os procesos de actualización de datos que soporta a web.

O obxectivo final foi conseguir un rendemento excelente e un deseño atractivo para o usuario. Igualmente, as interfaces de mantemento da información son sinxelas e eficaces, e facilitan o labor de mantemento do persoal asignado. Polo tanto, o desenvolvemento realizado cobre os seguintes requirimentos:

- Toda a xestión da web é por medio dun motor dinámico de xestión de contidos con base de datos externa.
- A navegabilidade desta é sinxela e intuitiva, así como a accesibilidade aos seus contidos.

O sistema axustouse aos criterios de:

- Corrección
- Facilidade de uso
- Integridade
- Fiabilidade
- Eficiencia
- Facilidade de mantemento
- Facilidade de proba
- Flexibilidade
- Interoperabilidade
- Portabilidade

6. Descrición técnica

Un dos puntos principais para o desenvolvemento e expansión dun sitio web son os contidos e información que presenta. Unha inadecuada actualización da información transmite unha sensación de descoído e abandono que poden xerar indiferenza para os visitantes.

Para actualizar a información é necesario un sistema de xestión desta que lles permita aos editores de mantemento do sitio un xeito eficaz e á vez sinxelo de inserir, modificar e editar os contidos desde o acceso a un panel de control de edición interno.

Para cumprir esta función integrouse cun editor de contidos CMS baseado en Wordpress.

6.1. Xestor de contidos

O sistema de xestión de contidos ten as seguintes características:

- **Organización da páxina web:** o sistema está preparado para organizar de forma eficiente os contidos da web en seccións e categorías, o que facilita a navegación dos usuarios e permite a creación dunha estrutura sólida, ordenada e sinxela para os administradores. Desde o panel de administrador pódese crear, editar e eliminar as seccións e categorías do noso sitio da forma que máis nos conveña.
- **Publicación de contidos multimedia:** inserción de imaxes, vídeos e JavaScript e obxectos binarios (PDF, ZIP, RAR).
- **Escalabilidade e implantación de novas funcionalidades:** o sistema ten a capacidade de instalar, desinstalar e xestionar compoñentes e módulos, o que lles proporcionará servizos de valor engadido aos visitantes do sitio web.
- **Administración de usuarios:** sistema xerárquico de xestión e administración de usuarios. Creación e definición de roles e permisos de usuario. Creación de usuarios, edición, cambio de contrasinais, correos electrónicos, permisos de acceso e edición.
- **Deseño e aspecto estético do sitio:** no caso de realizar un novo cambio de deseño, non será necesario contratar unha nova páxina web nin introducir outra vez os contidos. O cambio de deseño só afectará as fachadas de presentación, reducindo así o custo da mellora e modernización do recinto.
- **Navegación e menú:** sistema de xestión de menús totalmente editable desde o panel de administrador.
- **Xestor de imaxes:** o sistema ten unha utilidade de repositorio de imaxes no servidor para usar en toda a web cun sistema de organización de directorios.
- **Disposición de widgets modificable:** a posición dos widgets na páxina de inicio pódese axustar segundo se desexe, ademais de engadir novos módulos que admitan a inserción de código HTML/PHP personalizado.
- **News Feed:** sistema de sindicación de noticias RSS/XMS/ATOM xerado automaticamente que permitirá vincularlas a outros servizos web ou redes sociais.
- **Xestor de documentos:** repositorio de documentos para a publicación de contidos e documentación.
- **Sistema de banners:** pódese introducir anuncios (para promoción interna e campañas específicas) mediante un sistema de xestión de banners.
- **Servizos web:** protocolos de servizos web XML-RPC, SOAP ou REST.
- **Optimización SEO:** asistente para mellorar a redacción SEO e alerta de erro.
- **Mapa web XML:** creación de mapa web XML para o rexistro en buscadores para a indexación completa.
- **Almacenamento en caché JS/CSS/HTML:** almacenaxe temporal da páxina para optimizar a velocidade de carga e reducir o consumo de CPU no servidor.
- **Contorno de traballo progresivo:** sistema de aforro de borradores. A publicación é independente do almacenamento da información na web.

6.2. Características da publicación

- **Automatización na publicación:** os contidos das publicacións pódense programar cunha data de publicación e unha data de caducidade. Noutras palabras, pódese programar unha noticia para que se publique automaticamente cando chegue unha data determinada, e despois se descarte automaticamente noutra data.
- **Xestión de publicacións en portada:** o editor poderá seleccionar o contido que cómpre destacar na portada.
- **Arquivo e historial:** as publicacións que perdan vixencia pódense archivar, sen necesidade de borralas. Isto tamén lles permite aos internautas consultar unha historia ou hemeroteca accesible desde o propio buscador ou as propias seccións.
- **Formatos de lectura:** cada documento será xerado automaticamente polo sistema en formato web cos seus estilos correspondentes, así como unha versión imprimible con CSS adaptada para a correcta impresión, e en XML.
- **Recomendación** de contidos a través das redes sociais máis habituais: Twitter, Facebook, WhatsApp.
- **Publicación de contido multimedia:** inserción de imaxes, vídeos e JScript, HTML ou ActiveX e binarios (PDF, ZIP, RAR).
- **Optimización de indexación de contidos para buscadores:** metaetiquetas, metadescricións, URL amigables.

6.3. Atributos de contido

- **Título:** nome público do artigo.
- **URL amigable:** definición do URL amigable para ese contido.
- **Categoría/sección**
- **Contido HTML:** área de contido do artigo. Ten un editor Wysiwyg coas características dos editores de tipo Word. Negriña, cursiva, tamaños, cores..., así como inserir imaxes, ligazóns ou mesmo contido de código HTML/PHP externo, Iframes ou obxectos multimedia (javascript, vídeos de Youtube/Vimeo...).
- **Data de inicio da publicación:** opción para establecer unha data de inicio da publicación na web pública.
- **Autor:** nome do autor.
- **Nivel de acceso:** quen poderá acceder a ese contido.
- **Meta Tags:** palabras clave de contido.
- **Metadescrición:** descrición do contido.

- **Estado:** publicado/programado/borrador.
- **Notificación push** a dispositivos móbiles con personalización da mensaxe.
- **Notificación en redes sociais:** Twitter / Facebook.

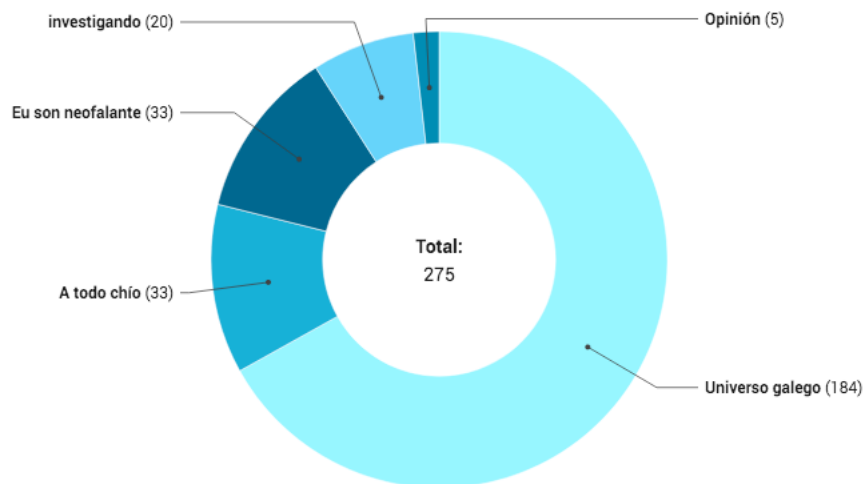
7. Neofalantes.gal en datos

Dende o lanzamento oficial do portal o pasado **31 de xaneiro de 2022**, estes son os datos recollidos ata **xuño de 2022**.

7.1. Contidos

Detalle por categorías web

Artigos publicados



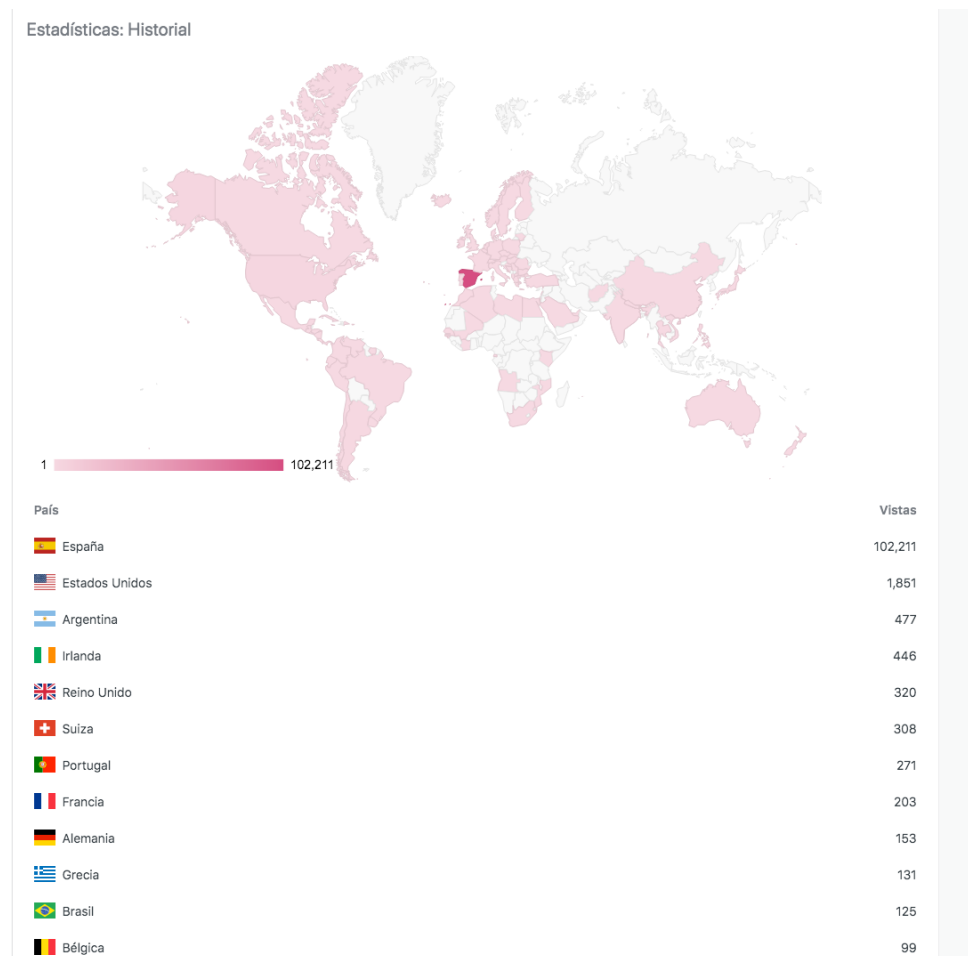
Detalle por categorías

7.2. Visitas web



Captura de pantalla do servizo JetPack instalado en neofalantes.gal

7.3. Top países



Captura de pantalla do servizo JetPack instalado en neofalantes.gal

7.4. Seguidores en redes

Seguidores directos en redes

Subscriptores en redes sociais

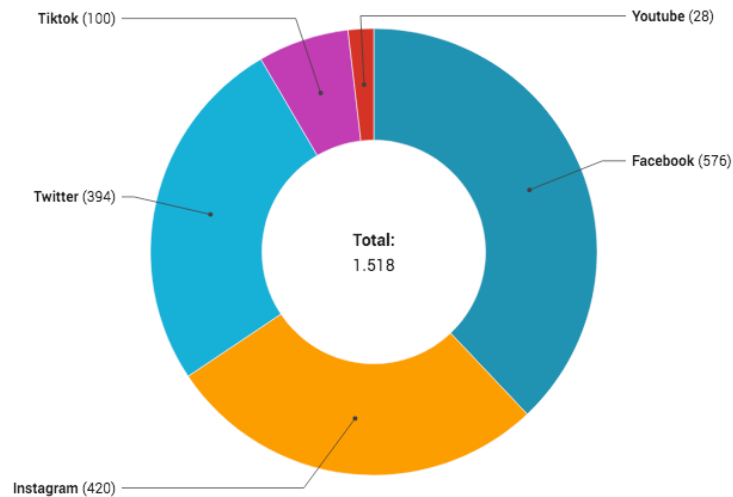
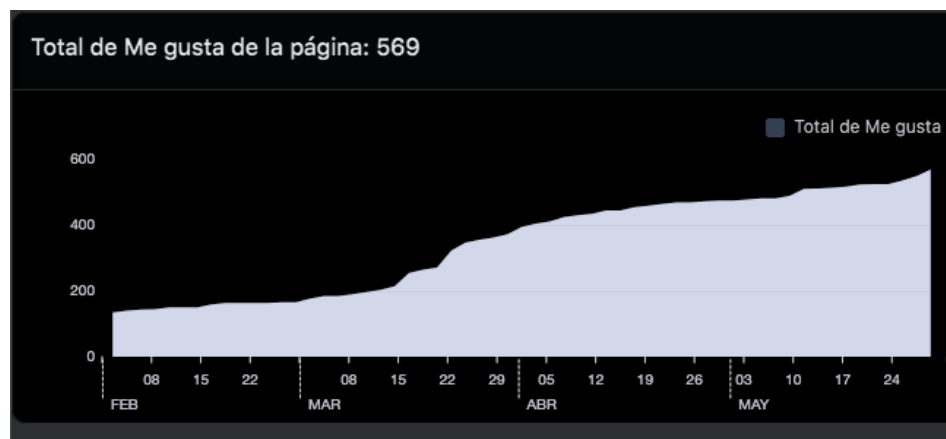


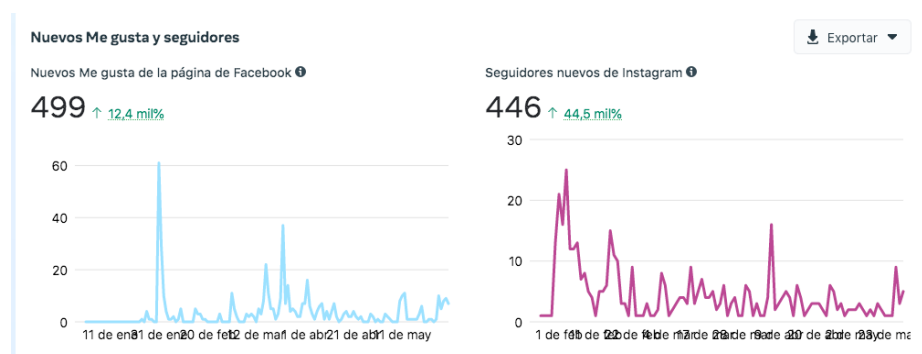
Gráfico de redes – Elaboración propia



Captura de pantalla de Facebook Insights – Non dispoñible en galego

7.5. Crecemento

Actualmente o crecemento de Neofalantes en redes é de 92 usuarios mensuais de media en Facebook e 40 en Instagram, co que obtemos un resultado de crecemento positivo en todo este tempo.



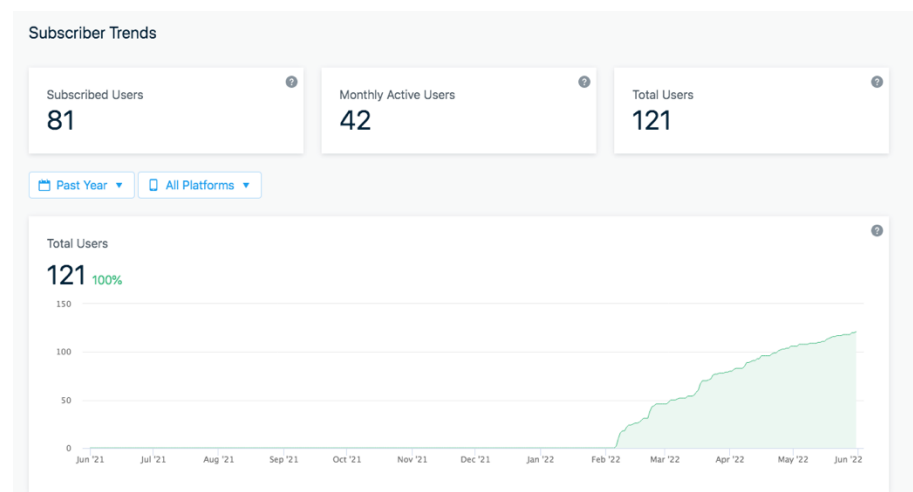
Captura de pantalla de Facebook Insights – Non dispoñible en galego

7.6. Subscritores por notificación push

A web de Neofalantes conta cun sistema de subscrición por “notificacións *push*” nos navegadores de dispositivos móbiles e de escritorio. Cada vez que se publica unha nova, o sistema notifica cunha alerta da noticia a todos os usuarios subscritos. Ao premer na notificación ábrese a páxina de neofalantes.gal na noticia en concreto.

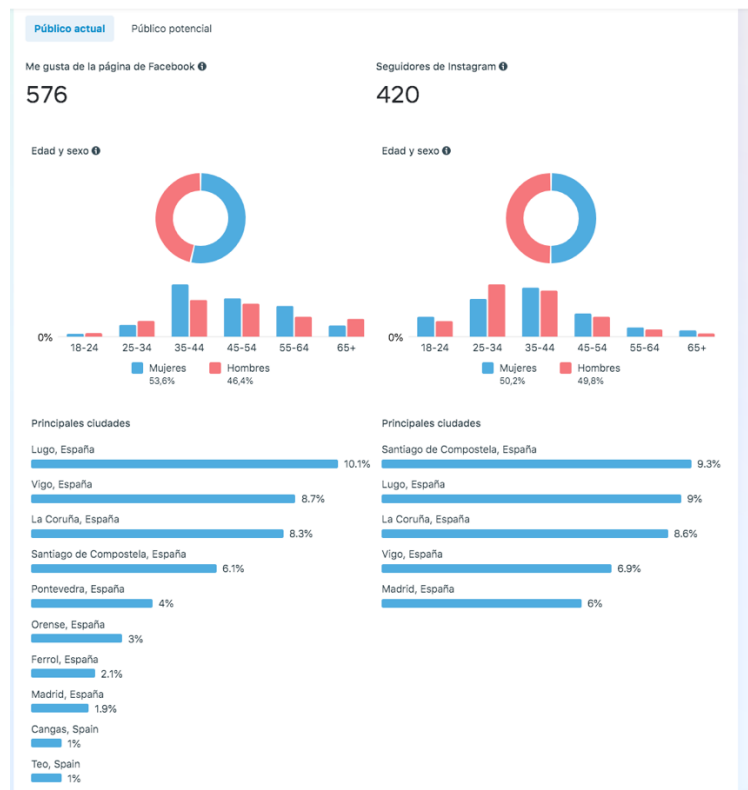
É un sistema moito máis inmediato que a subscrición por correo electrónico que os usuarios entenden como unha achega de datos (o correo electrónico).

Actualmente Neofalantes conta con 121 usuarios subscritos dos cales 81 teñen unha posición activa fronte ás noticias que reciben de neofalantes.



Captura de pantalla de OneSignal – Entorno non dispoñible en galego nin en castelán

7.7. Tipo de perfil



Captura de pantalla de Facebook Insights – Non dispoñible en galego

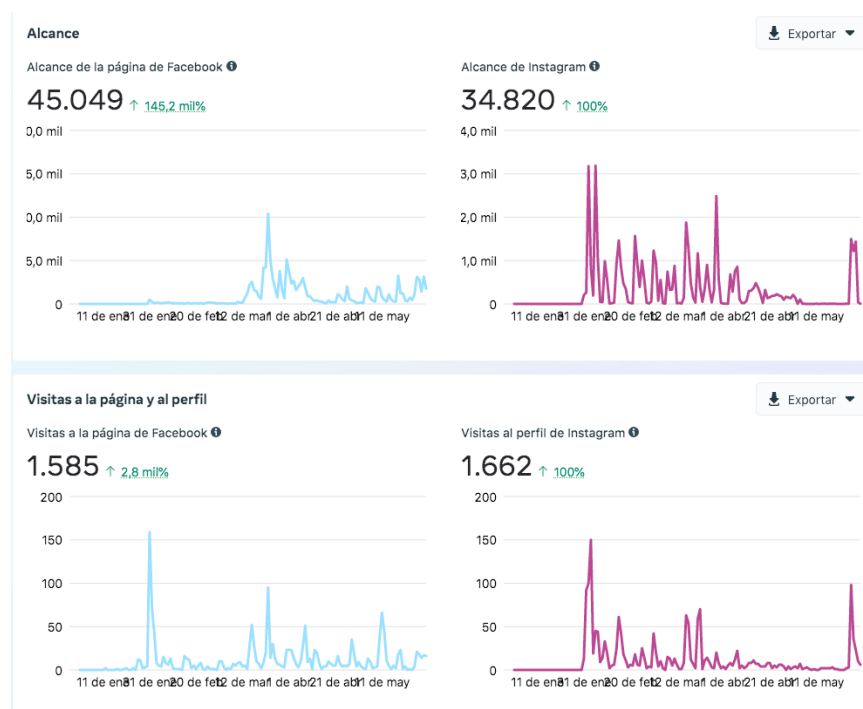
O tipo de perfil de seguidores na redes é maioritariamente o dunha muller de entre 35 – 44 anos residente na área de Lugo no caso de FB, ou en Santiago no caso de Instagram (datos de xeolocalización de IP).

7.8. Alcance das publicacións

Tanto en Facebook como en Instagram o alcance das publicacións supera o 40 % do público seguidor orgánico establecido por Meta (1062 persoas).

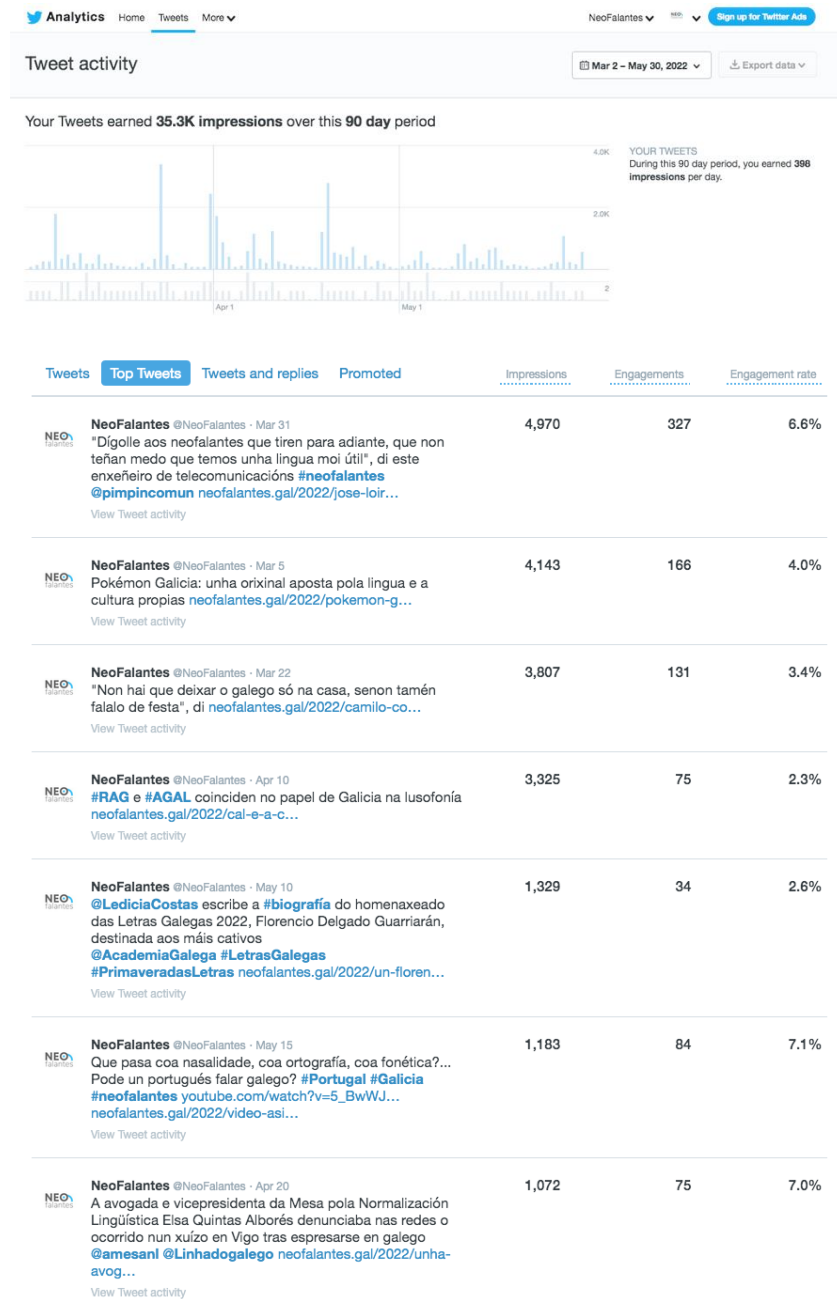
Isto demostra a capacidade que ten a estratexia en redes de alcanzar perfís non seguidores da páxina noutras contornas como son os grupos.

A estratexia de publicación active en grupos permite non só un incremento orgánico do alcance das publicacións, senón unha captación activa de novos seguidores, así como un aumento da interacción para as publicacións semanais a 7 días vista.



Captura de pantalla de Facebook Insights – Non dispoñible en galego

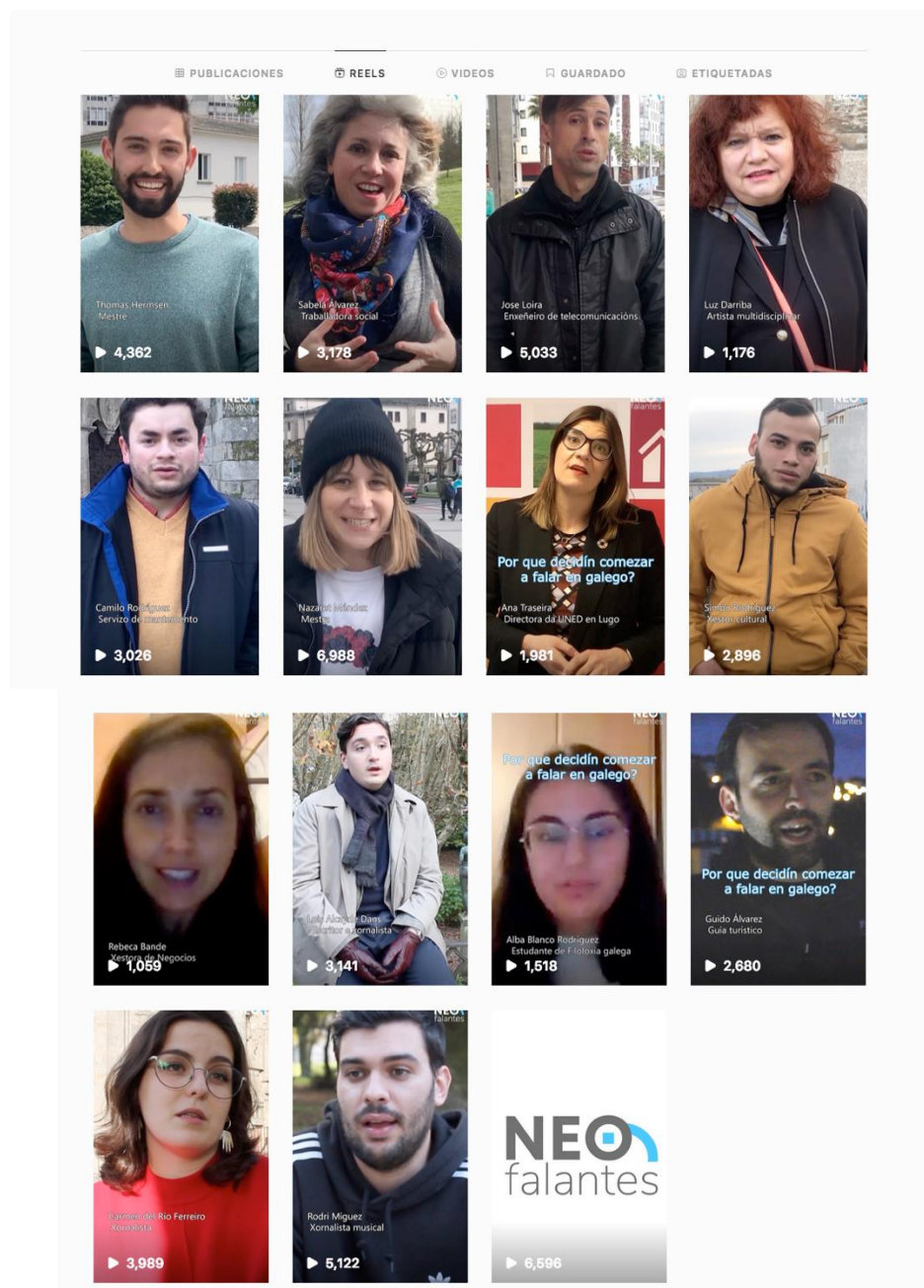
7.9. Alcance en Twitter



Captura de pantalla de Twitter Analytics – Non dispoñible en galego nin en castelán

7.10. Reprodución de vídeos “Eu son neofalante” en Instagram

En total os vídeos en Instagram acadaron as 53.000 reproducións. O último publicado en maio acadou as 4.362 reproducións ata o momento.



Captura de pantalla de Instagram – Non dispoñible en galego

8. Conclusións

Logo destes meses, e facendo un seguimento da interacción dos usuarios /as en redes, podemos sacar as seguintes conclusións:

- Os usuarios/as non entendían o concepto de neofalante, intercedeuse para aclarar conceptos en repetidas ocasións nos debates nos grupos de Facebook e explicar o proxecto.
- Existe unha percepción e valoración positiva en todos os vídeos publicados dos casos de exemplo de neofalantes, sobre todo das persoas orixinarias doutros países. Son os contidos que máis reacción positiva provocan.
- O portal comeza a ser un referente para todos os grupos sobre a temática da lingua galega, ata tal punto que xa recibimos solicitudes de inserción publicitaria, así como de colaboracións.
- A interacción en redes: pese a contar cun perfil moi baixo de seguidores, supera en interacción a canles consolidadas como a propia páxina de A MESA, e Neofalantes chegou a ter picos de alcance no mes de marzo de máis de 34.500 persoas, cun perfil que apenas superaba os 400 usuarios.



Página	Total de Me gusta	Esta semana	Publicaciones de	Interacción de esta semana
1 A MESA A Mesa pola Normalizac...	19K	▲ 100%	18	1,2K
2 Asociación Escritoras-e...	7,3K	▲ 100%	87	622
3 CTNL - Coordinadora de...	5,1K	▲ 100%	4	57
4 Lingua Galega Santiago...	3,3K	▲ 100%	1	0
5 21 Días co Galego e máis	1,1K	▲ 100%	0	1
TÚ 6 NeoFalantes	584	▲ 100%	8	1,9K

Promociona tu página para conseguir más Me gusta

Captura de pantalla de Facebook Insights – Non dispoñible en galego



Captura de pantalla de Facebook Insights – Non dispoñible en galego

Os erros lingüísticos. Inicialmente nos grupos en redes os comentarios da xente eran principalmente para facer correccións lingüísticas, que moitos deles consideraban inadmisibles. A todos eles se lles respondeu de xeito asertivo e finalmente borraron os comentarios de crítica na maioría dos casos, ao entender a posición que precisamente critican os propios neofalantes no canto do medo a recibir críticas por errar ao falar galego. Lembremos que é un dos principais factores ao que lle teñen medo, polo menos os neofalantes galegos.

Por outra banda, cando o lanzamento do portal, á parte de recibir mensaxes de parabéns, contactaron con nós **grupos de estudo do idioma galego organizados** pola súa conta e que estaban tentando aprender a lingua. En concreto escribiron colectivos dende Arxentina, que buscaban asesoramento para facer consultas lingüísticas que non eran capaces de resolver.

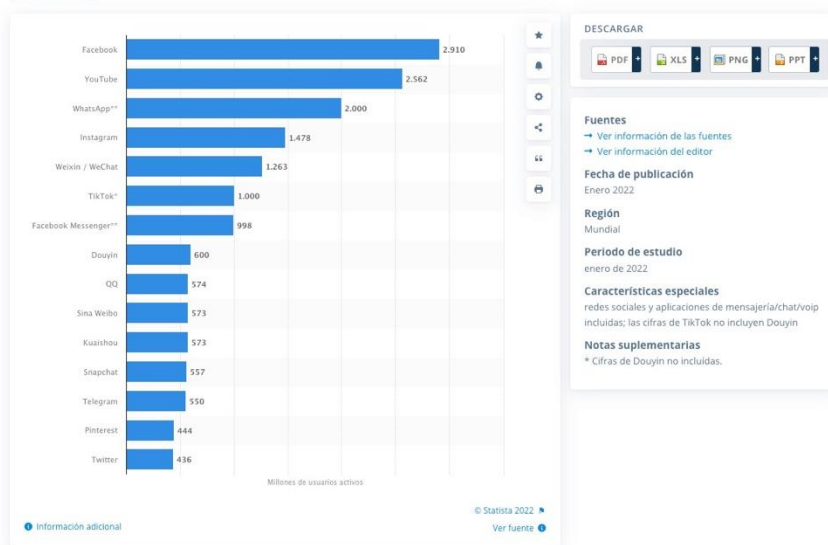
Este feito debería abrir **unha reflexión en canto á orientación que Neofalantes podería tomar para conformar esa rede**. Por exemplo, achegándolles recursos lingüísticos aos neofalantes e ás súas comunidades: información de cursos, ferramentas en liña, convocatorias públicas, xornadas, e mesmo consultorio lingüístico por redes ou mediante algún sistema automatizado de chat-bot.

Agora mesmo Neofalantes.gal en só 6 meses conseguiu posicionarse como a plataforma con maior capacidade de alcance orgánico en redes entre a mocidade.

A rede neofalantes

9. Redes sociais

Redes sociales con mayor número de usuarios activos a nivel mundial en enero de 2022
(en millones)



Moita xente cre que as redes sociais e os *social media* son o mesmo, e que os termos poden usarse como sinónimos, pero isto non é certo. Os *social media* son o uso das tecnoloxías para facer interactivo o diálogo entre persoas, mentres que unha **rede social é unha estrutura social formada por persoas que comparten intereses similares**.

O obxectivo principal das redes sociais é conectar á xente ao completar o perfil nas canles de redes sociais e interactuar coas persoas en función dos detalles que len sobre cada unha. **Pódese dicir que as redes sociais son unha categoría dos “medios sociais”**.

Os “medios sociais” (*social media* en inglés) refírense ás plataformas e aplicacións en liña que lles permiten ás persoas comunicarse, interactuar e compartir contido de maneira dixital. Algunhas da características clave dos medios sociais inclúen:

- **Redes sociais:** Plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, onde os usuarios poden conectarse, seguir a outros, compartir publicacións, fotos, vídeos etc.
- **Blogs e foros:** Sitios web onde os usuarios poden publicar e ler contido xerado por outros, así como participar en discusións.
- **Servizos de mensaxería:** Aplicacións como WhatsApp, Messenger, Telegram, que permiten a comunicación instantánea entre individuos e grupos.
- **Plataformas de contido:** Sitios como Youtube, TikTok, Twitch, onde os usuarios poden subir, ver e compartir vídeos, ao vivo-streams etc. Wikis:
- **Sitios web colaborativos** onde os usuarios poden editar e contribuír con información.

Os medios sociais transformaron o xeito no que as persoas se comunican, se informan e se relacionan no mundo dixital. Ofrecen oportunidades de conexión, colaboración e expresión, pero tamén expoñen desafíos en termos de privacidade, seguridade e saúde mental.

Para entender o concepto, teríamos que volver atrás no tempo e rememorar o que entendíamos como medios antes da existencia de Internet: radio, televisión, xornais, revistas. Cando os medios de comunicación chegaron a estar dispoñibles en Internet, deixaron de ser estáticos, ofrecendo a posibilidade de interactuar con outras persoas.

No centro dos “medios sociais” están as relacións, que son habituais nas redes sociais, que poden provocar confusión. Os medios sociais son lugares a través dos cales se lles pode transmitir información a outras persoas.

Outra forma de diferencialas é pensar que os “medios sociais” axudan a xente a unirse a través da tecnoloxía mentres que as redes sociais melloran esa conexión, xa que as persoas só se interconectan nas redes porque teñen intereses comúns.

9.1 - Puntos positivos das redes sociais

O uso das redes sociais foi absorbido por xente de todo o mundo e hoxe xa forma parte da rutina. Isto fixo destes espazos un lugar onde a marcas e empresas tamén lles gustaría estar para interactuar cos seus clientes, achegando posibilidades moi positivas, como as seguintes:

Compartir a visión da empresa: as redes sociais son unha especie de escaparate para a empresa; nelas poden amosar a visión do negocio.

A personalización da mensaxe e a interacción directa co cliente: nas redes sociais é posible ter unha relación moito máis personalizada e directa con cada cliente ou cliente potencial, xa que podes contactar con cada un, xa sexa para resolver problemas ou para descubrir nova información.

Posibilidade de segmentación de público: á hora de publicar en redes sociais, é posible segmentar as súas publicacións segundo as características da audiencia, dirixindo os seus esforzos cara aqueles rangos de audiencia que teñan máis afinidade coa súa solución.

Poder saber máis de cada un dos usuarios: a xente comparte os seus gustos, desexos e outra información que pode ser valiosa para as empresas á hora de achegarse ao seu público obxectivo.

Posibilidade de vender a través destas canles: do mesmo xeito que é posible relacionarse co público a través das redes sociais, tamén é posible utilizalas para vender os seus produtos ou servizos, principalmente se se dirixe a ese público que xa ten relación con eles.

Crea un ambiente controlado pola marca: independentemente de quen sexa o seu público, estará nalgunha rede social.

Posibilidade de difusión con baixo orzamento: a diferenza dos medios tradicionais, a publicidade nas redes sociais ten un menor custo, ademais da vantaxe de que na web é moito máis doado medir resultados.

Información instantánea: as redes sociais permiten comunicar mensaxes urxentes da marca a través dunha canle oficial. Isto é moi importante no caso da xestión de crises, por exemplo, na que é necesario que a marca se posicione rapidamente, evitando así que acade maiores proporcións.

10 Tipos de redes

As redes divídense en diferentes tipos, segundo o obxectivo dos usuarios á hora de crear un perfil. E unha mesma rede social pode ser de máis dun tipo. A clasificación máis común é:

10.1 Rede social de relación

"Pero o propósito das redes sociais non é só relacionarse?". Si, ese é o obxectivo da maioría delas, pero hai algunhas que están especialmente centradas niso.

Por exemplo, Facebook, cuxa finalidade era a de conectar á xente. Pero podemos citar outra infinidade de redes, que tamén encaixan nos outros tipos, como Instagram, LinkedIn, Twitter etc.

10.2 Redes sociais de entretemento

As redes sociais de entretemento son aquelas nas que o obxectivo principal non é interactuar coa xente, senón consumir contidos.

O exemplo máis emblemático é Youtube ou Pinterest. E a máis recente, TikTok. A través de microvídeos ou vídeos moi curtos, esta rede de orixe oriental (chinesa) reinventou a forma en que se producen e consumen os contidos.

10.3 Redes sociais profesionais

Son aquelas nas que os usuarios pretenden crear relacións profesionais con outros usuarios, dar a coñecer proxectos e logros profesionais, presentar o seu currículo e competencias, así como conseguir indicacións, postos de traballo etc.

LinkedIn é a rede social profesional máis coñecida e utilizada, pero hai outras que tamén están gañando espazo, como Bebee, Bayt, Xing ou Viadeo. Ademais, tamén se utilizaron para este fin outras redes non exclusivamente profesionais, como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter e Pinterest.

10.4 As redes de nicho

As redes sociais de nicho son aquelas dirixidas a un público concreto, xa sexa unha categoría profesional ou persoas que teñan un interese específico en común.

Un dos casos máis emblemáticos é o de **TripAdvisor**, onde os usuarios atribúen notas e comentarios a elementos relacionados co sector gastronómico e turístico.

Outros casos son DeviantArt ou Bébanche, comunidades nas que os artistas visuais promocionan o seu traballo.

11Plataformas

Na procura dunha rede social alternativa e propia, valoráronse e analizáronse as seguintes plataformas.

	Ano de fundación	Membros	Publicidade	Política de protección de datos
Facebook	2004	Ao redor de 2.910 millóns de usuarios activos ao día	Publicidade personalizada	Dado que a sede europea de Facebook ten a súa sede en Irlanda, a empresa non está suxeita á normativa europea de protección de datos. Isto é motivo de críticas constantes.
Minds	2015	2,5 millóns de usuarios rexistrados	publicidade non personalizada	Está baseado na tecnoloxía blockchain descentralizada
Mastodon	2016	4,4 millóns de usuarios rexistrados	non	Almacenamento descentralizado en diferentes servidores
Diaspora	2010	800.000 membros rexistrados	non	Os datos poden estar totalmente aloxados nun servidor privado
Vero	2015	Uns 5 millóns de usuarios rexistrados	non	Os datos non se facilitan a terceiros; solicitar un número de teléfono privado para rexistrarse
Clubhouse	2020	10 millóns de usuarios activos	-	A aplicación accede a contactos privados e pode non ser compatible con RDP
Discord	2015	100 millóns de usuarios activos mensuais	Pódese desactivar a publicidade personalizada	Alternativa a Clubhouse. Non require información persoal. Ten moito éxito entre a xeración Z
Buddy Press	2008	-	Pode activarse publicidade propia	É un sistema independente integrado nunha web. O contido e a rede é propio, non de terceiros.

De todas elas, os únicos desenvolvementos que permitirían o control e garantirían a confidencialidade dos datos serían os desenvolvementos baseados en Buddy Press ou con Mastodon.

Buddy Press – Permitiría a integración coa web de neofalantes, creando un único ecosistema integrado na mesma plataforma.

11.1 Mastodon



Mastodon é unha rede social de “microblogging” cunha estética e características similares a Twitter. Non está controlado por unha única empresa ou servidor, senón que funciona mediante unha federación descentralizada de servidores, un deles podería ser o propio de Neofalantes, como sistema independente que forma parte do “fideverso” de Mastodon.

Estariamos ante unha rede social formada por varias redes (unha federación chamada Fideverso). Os usuarios poden crear diferentes servidores (redes), que se denominan *instancias* ou *comunidades*. Estas instancias permiten escribir mensaxes que só son lidas polos seus membros, así como outras que se poden ler en todas as instancias federadas que compoñen Mastodon de xeito descentralizado.

Seguridade. Ten un problema de seguridade, dado que as mensaxes internas entre usuarios non están cifradas en base de datos, polo que no momento de redactar este informe sería un punto negativo que habería que volver valorar nun futuro. As mensaxes en Mastodon poden ser lidas polo administrador da instancia, e isto supón unha vulnerabilidade da privacidade dos usuarios.

Actualmente, na data de redacción deste informe, a comunidade galega en Mastodon é de apenas 88 usuarios, polo que pese a ser unha comunidade pequena non debería desbotarse e debería analizarse a súa creación para Neofalantes.

11.2 BuddyPress



BuddyPress é un paquete de software de redes sociais de código aberto propiedade de Automattic desde 2008. É un complemento que se pode instalar en WordPress para desenvolver unha plataforma de redes sociais.

No caso de Buddy Press a captación de usuarios chegaría dende a propia web de Neofalantes, logo do seu rexistro. Neste caso, dado que estamos a falar da creación dunha rede paralela ás redes máis populares actualmente, a rede de Neofalantes ten que proporcionar algún beneficio adicional que vaia máis alá das relación entre as persoas, dado que esa interacción xa a poden atopar en grupos de Facebook especializados en lingua. Aquí é onde entraría en xogo o tema de dar solucións e ferramentas lingüísticas para os neofalantes ou para os que dan o paso de comezar a estudar galego.

Con seguridade sexa o motor de desenvolvemento para a rede social definitiva para Neofalantes.gal, pivotando sempre nos contidos e recursos mencionados, como un valor engadido para a participación na propia rede social. En xeral, polo que observamos nas comunidades de Facebook, o público é moi heteroxéneo e incluso moi polarizado ideoloxica e politicamente no que respecta ao tipo de contidos que comparte nas redes, que non son case nunca contidos relacionados coa lingua galega, incumprindo as propias regras dos grupos.

Folla de Ruta

TAREFA	DESCRICIÓN
Documentación	Descrición do traballo e obxectivos
	Estudo da idoneidade do modelo de rede social
	Análises de requisitos informais
	Tarefas e recursos para realizalas
	Diagrama de Gantt coa planificación
Análise de requisitos	Requisitos funcionais
	Entrevistas con actores
	Requisitos non funcionais
Instalación/Configuración entorno de desarrollo	Instalar e configurar o entorno de desenvolvemento que permita construír posteriormente a rede social usando as tecnoloxías seleccionadas
Deseño Base de Datos	Modelo conceptual
	Modelo lóxico
	dicionario de datos
Deseño gráfico e programación de frontais	Deseño proposto de todos os frontais web.
	Programación markup HTML5/CSS3 dos frontais deseñados
	Integración dos frontais co framework de desenvolvemento
Deseño Prototipo	Construción e programación dos servizos web para o prototipo, con base no modelo de casos de uso e utilizando as tecnoloxías seleccionadas
	Construción e programación do portal web con base no prototipo, no modelo de casos de uso e utilizando as tecnoloxías seleccionadas
	Probas de caixa branca, caixa negra e integración
Probas	Efectuar probas finais contra o portal web de xeito que cada unha das funcionalidades opere como se espera
Manuais	Tutoriais de usuario e administrador
Implantación	Publicación e implantación do sistema
	Probas de implantación
Mantemento	Mantemento correctivo

