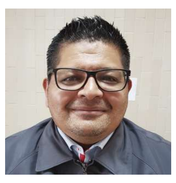
94

ANÁLISIS SUPERVISADO DE SENTIMIENTOS POLÍTICOS EN TWITTER, EN EL CONTEXTO POSELECTORAL EN MÉXICO 2018

Anáhuac México



Roberto Alejandro López Novelo
Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada
robertoa.lopez@anahuac.mx

Carlos Arcila Calderón
Profesor del departamento de Sociología y Comunicación.
Miembro del OCA, Universidad de Salamanca
carcila@usal.es

INTRODUCCIÓN

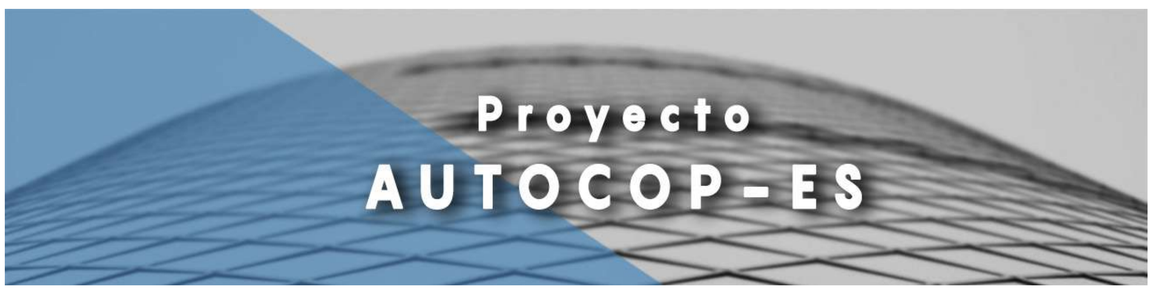
El objetivo es analizar la carga de sentimiento político (positivo y negativo) en los mensajes propagados por los usuarios de Twitter, para determinar su relación con el aumento o disminución de la popularidad del candidato ganador de la elección presidencial en México, en el periodo poselectoral julio-diciembre de 2018.

En los últimos años se ha incrementado el interés por el estudio de las opiniones políticas utilizando datos a gran escala *(Big Data)* de redes sociales. *Big Data* se refiere a volúmenes masivos y complejos de datos, tanto estructurados como no estructurados, que son recogidos durante cierto periodo y que requieren de métodos computacionales para extraer conocimiento[1].

Uno de los métodos más utilizados, tanto en la investigación en Ciencias Sociales como en la Comunicación Política, es el Análisis de Sentimiento[1,3,4], a través del cual se pueden analizar los sentimientos, emociones, actitudes y opiniones que se encuentran en los textos compartidos por las personas.

MATERIAL Y MÉTODO

Se usará *Autocop*, clasificador de sentimientos políticos de tuits en español en tiempo real con técnicas de aprendizaje automático (este procedimiento hace uso de algoritmos de clasificación que evitan los sesgos producidos por el uso de diccionarios con categorías a priori), desarrollado en el Observatorio de los Contenidos Audiovisuales (OCA) de la Universidad de Salamanca, España, que permite la descarga de tuits del *Streaming* de Twitter filtrados con una palabra clave y los clasifica en tiempo real según su sentimiento[1]. Se descargarán tuits del 3 de julio al 1 de diciembre de 2018 (aproximadamente 400 000), vinculados a variables relacionadas con el presidente electo Andrés Manuel López Obrador, para realizar el análisis correspondiente.



RESULTADOS

Se espera que con el Análisis Supervisado de Sentimientos Políticos en Twitter se pueda determinar, de forma sistemática y rigurosa, la relación que tiene la carga de sentimiento político contenido en las opiniones difundidas por los usuarios en Twitter con el aumento o disminución de la popularidad del presidente electo en México, durante el periodo julio-diciembre 2018.

DISCUSIÓN

Las técnicas *Big Data* permiten identificar patrones y obtener consecuencias significativas en el estudio de fenómenos políticos. El análisis supervisado de sentimientos políticos en Twitter, en el periodo poselectoral de las elecciones presidenciales en México 2018, nos permitirá analizar y comprender de forma significativa los factores que impactan en el proceso de pérdida o aumento en la popularidad del presidente electo en el periodo que va del día de la elección a la toma de posesión.

REFERENCIAS

1. Arcila CC, et al. Análisis supervisado de sentimientos políticos en español: clasificación en tiempo real de tweets basada en aprendizaje automático. El profesional de la información, septiembre-octubre 2017;26(5).
2. Arcila CC, et al. Técnicas Big Data: Análisis de textos a gran escala para la investigación científica periodística. El profesional de la información. Julio-Agosto 2016;25(4).
3. Dehkharghani R. Sentimental causal rule Discovery from Twitter. Expert systems with applications. 2014;41;4950-4958
4. Hutto CJ, Gilbert E. VADER: A parsimonious rule-based model for sentiment analysis of social media text. 2014. Disponible en: www.aaai.org
5. Vinodhini G, Chandrasekaran RM. Sentiment Analysis and Opinion Minning: A survey. International Journal of advance research in computer science and software engineering. 2012;2(6).