

Análisis de las tendencias de opinión en las redes sociales

Por: Dra. Ofelia Cervantes

Profesora de tiempo completo del Departamento de Computación, Electrónica y Mecatrónica de la UDLAP

ofelia.cervantes@udlap.mx



La opinión pública expresada a través de las redes sociales se ha convertido en un tema excepcionalmente relevante. Actualmente, la gente de todo el mundo tiene un punto de encuentro en el espacio virtual, representado en Internet. Plataformas de expresión, tales como foros, blogs y redes sociales (Twitter, Facebook y YouTube) son eficaces herramientas usadas por personas de todas las edades, género y culturas, para expresar públicamente su percepción sobre temas de interés, compartir ideas e interactuar de manera abierta con otras personas.

Debido al contenido que la gente comparte en el espacio virtual, es que muchos usuarios y organizaciones de todo el mundo están interesados en entender lo que piensa la mayoría o un sector particular de usuarios. Por ejemplo, en el sector público, las autoridades se interesan en conocer las opiniones de los ciudadanos sobre una nueva política pública o sobre la confiabilidad de las instituciones gubernamentales y, en general, sobre su percepción de las condiciones de bienestar social existentes en el país. En el mundo de los negocios, las compañías tienen gran interés en conocer el grado de satisfacción de los clientes para proponer nuevas estrategias comerciales basadas en los comentarios expresados por quienes han consumido sus productos y/o servicios, lo cual les permite ofrecer mejores, e incluso nuevos servicios que respondan mejor a sus necesidades y expectativas, ya que las percepciones de quien compra un producto o usa un servicio pueden influenciar a otros clientes potenciales con sus recomendaciones. El análisis deseado incluye los resultados en tiempo real, como cuando sucede un evento significativo,

por ejemplo un desastre natural o un partido de futbol, o bien considerando periodos más amplios de tiempo para poder analizar las variaciones y tendencias de las opiniones vertidas por la gente sobre un cierto tópico.

Pero, ¿cómo analizar e interpretar la cantidad masiva de datos que cada día se recolecta en tiempo real? La información producida en las redes sociales no es estructurada. Aunque es producida para ser consumida por otras personas, no es algo que sea fácilmente procesable por la computadora. La comunidad científica especializada en el tema ha hecho avances significativos y actualmente es posible procesar –de manera automática– grandes volúmenes de textos, gracias a la aplicación de técnicas avanzadas de procesamiento de lenguaje natural, de minería de datos y de inteligencia artificial. Las metodologías de análisis automático de texto permiten detectar la polaridad del sentimiento que expresan, el cual puede ser negativo, muy negativo, positivo, muy positivo o neutro.

Aunque la tecnología existente permite descubrir lo que la gente ha expresado a través de vastas cantidades de textos, los retos siguen abiertos. Se requiere de un conocimiento profundo de la sintaxis y de la semántica para resolver la ambigüedad en el uso del lenguaje, considerando los diferentes idiomas y maneras de usarlo según la región, edad y nivel socio-económico de las personas.