

Análisis de Redes Sociales Twitter

Parametría

20/05/2020

El análisis de redes sociales es una buena herramienta para conocer y entender la opinión pública usuaria de redes sociales. Cabe señalar que, dado el contexto socioeconómico en nuestro país y la brecha tecnológica característica de los países en desarrollo, este grupo recoge características específicas que merece un tratamiento diferenciado de los trabajos demoscópicos realizados en vivienda o por teléfono.

En México solo 70 por ciento de la población tiene acceso a internet (80 millones de mexicanos). Este segmento es el más urbano, más escolarizado y con mayores recursos económicos. Por ello, no es representativo de la opinión pública en su conjunto. Por su perfil es muy probable que este segmento represente solo a la clase media. Sin embargo estos segmentos pueden anticipar frecuentemente lo que será un tema de conversación social más general en el futuro.

Del total de usuarios de internet casi 90 % usa redes sociales; un poco más del 85 % usa WhatsApp, ligeramente por abajo está Facebook (84 %). Youtube lo utiliza sólo una tercera parte de los usuarios de Internet (31 %), Instagram ligeramente menos (27 %). Finalmente, Twitter sólo 10 % de los usuarios de internet.

Entre el público que accede a redes sociales la mayor parte de ellos dedican su tiempo a temas como deportes o espectáculos (alrededor de 85 %). Es solo una minoría los que emplean las redes sociales para debatir los temas de vida pública. Twitter es probablemente la red social con mayor frecuencia de opiniones en vida pública. Por ello, nuestro análisis se enfoca en esta red social.

El presente trabajo se realiza con interfaces basadas en la API de Twitter, donde se filtra- en tiempo real- los tweets de interés para crear una base de datos propia analizable. A partir de este análisis se identifican los topics, hashtags y utilizadores más importantes para el seguimiento. Este análisis se basa en un scrapping personal de tweets en México que hacen mención de COVID-19.

Tiempo

Los datos sobre tweets hasta 2020-05-20 13:49:48 tienen 369594 tweets.

El gráfico de tiempo presenta el número de tweets que mencionan el #COVID19MX. Estos tweets se muestran según la hora de su publicación desde el 30 de marzo al 20 de mayo de 2020.

Es importante remarcar que los tweets tienen ciclos normales de creación determinado por las horas de descanso, así como la escalada esperada en los fines de semana. Este ejercicio permite evaluar la relevancia de un tema particular para la opinión pública usuaria de redes sociales y, subsecuentemente, entender su relación con eventos observados en un periodo de tiempo.

En la actualización de este reporte se incluyeron los tuits a partir del día 06 de abril de 2020. En este sentido, los puntos más altos fuera de tendencia correspondientes a este periodo se observan los días 05 de abril, 09 de abril, 16 de abril y el 21 de abril. El primero se ajusta en tiempo al anuncio presidencial de acciones para la reactivación de la economía ante la emergencia del COVID-19 —este acontecimiento en particular se retomará más adelante. El segundo, corresponde con el momento en el que se presentaron, por primera vez, las estimaciones de casos confirmados con base en el Modelo Centinela de Vigilancia Epidemiológica —estas cifras, debido a la carencia de una nota metodológica, causaron polémica e incluso confusión. El tercero coincide en fecha y horario con la conferencia matutina presidencial en la que el subsecretario Hugo López-Gatell presentó un mapa desagregado a nivel municipal, cuyo propósito era ilustrar cuáles localidades terminarían la jornada de #SanaDistancia el día 17 de mayo y cuáles extenderían esta medida hasta al menos el 30 de mayo. Por último, el 21 de abril la conversación se centró en los comentarios del conductor del noticiero de TV Azteca, Javier Alatorre, quien se declaró en contra de la postura y recomendaciones del gobierno federal.

Otro elemento que vale la pena remarcar es que la tendencia respecto a este tema va a la baja: en general, se habla menos de forma cotidiana, salvo que exista un estímulo en forma de noticia o comunicados oficiales que lo impulse.

[Link a esta gráfica](#)

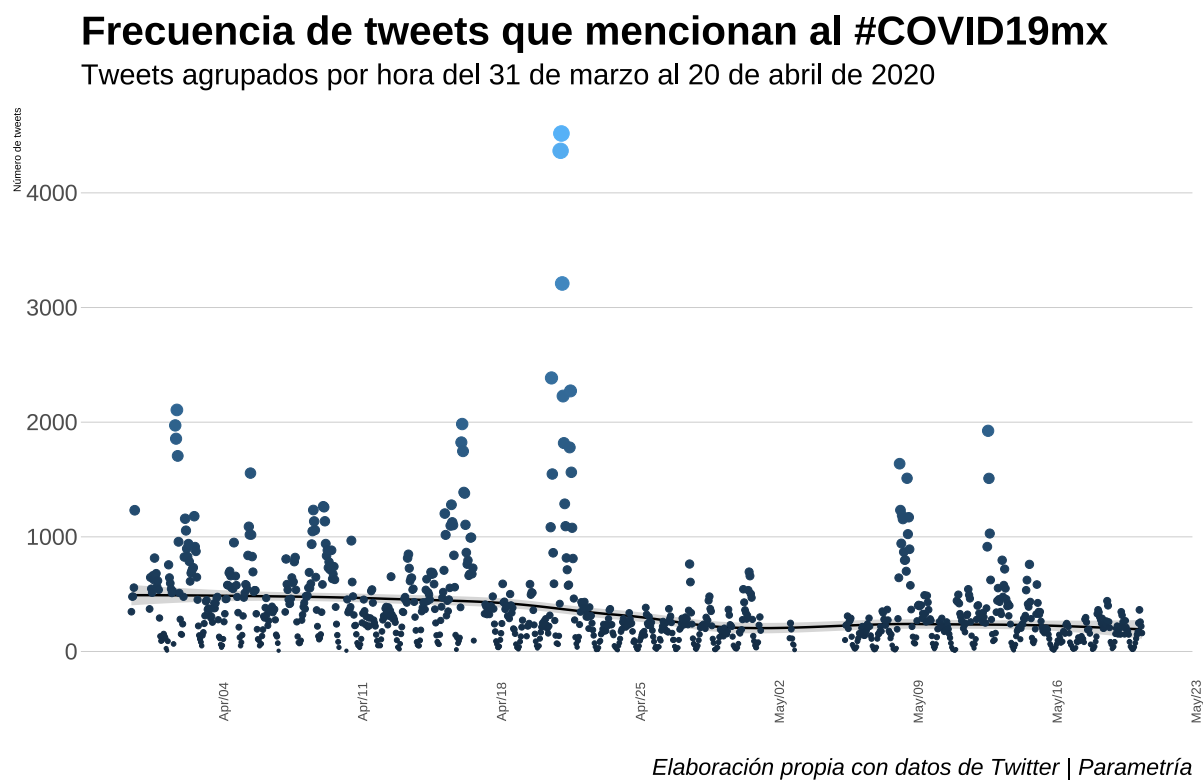


Figura 1: Línea de Tiempo de Tweets sobre COVID-19 en México - Twitter

Hashtags, Menciones y Temas

Las nubes de palabras de hashtags, menciones y temas presentan las palabras y alusiones con mayor número de menciones en los tweets publicados del 30 de marzo al 20 de mayo, relacionados al #COVID19MX. El tamaño de cada palabra en la nube alude a la mayor o menor frecuencia en que fue mencionada en las publicaciones.

Este ejercicio permite conocer los verbatismos más asociados con el tema de análisis y, con ello, analizar los constructos sociales que se crean en redes sociales respecto al mismo. Asimismo, esta información permite identificar aquellas figuras públicas o autoridades, así como movimientos detrás de los hashtags, a los que más alude la población usuaria de redes sociales con el fin de comunicar su interés particular en un tema.

| Hashtags | Tweets | Temas | Tweets | Arrobas | Tweets |
|-----------------------|--------|---------------|--------|------------------|--------|
| #QuedateEnCasa | 80358 | COVID | 246148 | @ssalud_mx | 22206 |
| #SusanaDistancia | 20017 | SANA | 108665 | @hlgatell | 21385 |
| #Mexico | 7021 | DISTANCIA | 104160 | @lopezobrador_ | 18859 |
| #CDMX | 6956 | COVIDMX | 91620 | @gobcdmx | 11964 |
| #DiaDeLaEnfermeria | 6866 | MX | 55729 | @m_ebrard | 10862 |
| #SalvaVidas | 5690 | COVIDMEXICO | 48842 | @s | 10092 |
| #Fase3 | 4255 | NACIONAL | 46716 | @susanadistancia | 5908 |
| #SanaDistancia | 4058 | QUÉDATEENCASA | 46670 | @tu_imss | 5192 |
| #QuedateEnCasaYa | 3859 | HOY | 42721 | @javier_alatorre | 5149 |
| #ULTIMAHORA | 3760 | MÉXICO | 39024 | @gobiernomx | 4732 |
| #CuidemosTodosDeTodos | 3647 | CASOS | 39009 | @metrocdmx | 3790 |
| #MexicoSolidario | 3301 | JORNADA | 38836 | @felipecalderon | 2762 |
| #Edomex | 3189 | GOBIERNO | 36922 | @enriquealfaror | 2712 |
| #DeporteComunitario | 3180 | CONTAGIOS | 35630 | @ssaludcdmx | 2694 |
| #JefaDeGobierno | 2866 | MEDIDAS | 33589 | @zoerobledo | 2501 |
| #SNTEsalud | 2746 | FASE | 30529 | @alfredodelmazo | 2344 |
| #AMLOseVA | 2574 | CORONAVIRUS | 27640 | @skynews | 2214 |
| #Tlalnepantla | 2507 | MANTENER | 26765 | @bienestarmx | 2177 |
| #cuarentena | 2501 | EPIDEMIA | 25315 | @beatrizgmuller | 2039 |
| #YoConPontePila | 2425 | SI | 25105 | @fondesocdmx | 1689 |

La actualización de esta gráfica indica que las palabras relacionadas con las estrategias gubernamentales para prevenir la propagación del virus —tales como Sana Distancia— siguen vigentes al día de hoy. La palabra “fase” se incorpora al top 10, debido a la entrada a la fase 3 en el país.



7

Definición: Es una etiqueta de metadatos precedida de un carácter especial (normalmente un numeral #) con el fin de ser identificada de forma rápida. Se usa en servicios web tales como Twitter, Telegram, FriendFeed, Facebook, Google+, Instagram, Weibo para señalar o hacer hincapié en un tema sobre el que gira cierta conversación.

A word cloud visualization featuring numerous social media-style hashtags. The most prominent hashtag is "#QuedateEnCasa" in large green letters. Other visible hashtags include "#SusanaDistancia" in purple, "#CuarentenaCasi" in blue, "#SalvaVidas" in red, "#CDMX" in blue, "#Mexico" in blue, "#NuevaVida.com" in blue, "#Pasajero" in blue, "#DiaDeLaEnfermeria" in red, and "#GustavoTadeoDeToda" in blue. The background is white with faint horizontal lines.

6

Menciones

Definición: Es una etiqueta de metadatos precedida de un carácter especial (normalmente una arroba @) con el fin de relacionar a un usuario específico en una conversación y notificarlo de la misma. Se usa en servicios web tales como Twitter, Telegram, FriendFeed, Facebook, Google+, Instagram, Weibo para establecer relación entre una conversación y un usuario o para marcar la respuesta hacia un mensaje específico de un usuario. Resulta interesante observar que la discusión pública en redes se relaciona fuertemente con las autoridades correspondientes. Para el periodo de tiempo analizado, el presidente se posiciona en segundo lugar con un total de 11,016; en comparación con el reporte anterior, esto significó un incremento de más del 150 %. El vocero del gobierno frente a la pandemia, Hugo López Gatell aparece en segundo lugar con un total de 8,938 menciones; equivalente a un incremento del 15 % respecto al periodo anterior. También vale la pena destacar que el gobernador del estado de Jalisco, Enrique Alfaro, ya no entró en el top 10 de menciones, por la entrada súbita de Javier Alatorre y Susana Distancia.



7

Figura 4: Menciones más comunes en Tweets sobre COVID-19 en México - Twitter

[Link a esta gráfica](#)

Análisis de Sentimiento

El gráfico de Análisis de sentimiento presenta un promedio de la orientación positiva o negativa de los tweets publicados del 30 de marzo al 20 de mayo, relacionados al #COVID19MX.

El texto de cada tweet puede ser positivo una vez que menciona palabras con este carácter, tales como: bueno, recuperación, cura, entre otras.

Por el contrario, el texto de cada tweet puede ser negativo una vez que menciona palabras con este carácter, tales como: malo, muerte, tristeza, entre otros. Este sistema automatizado permite asignar un puntaje para cada palabra en los tweets de la base de datos, lo cual obtiene un puntaje general por tweet. Con estos puntajes se obtiene un promedio de puntuación de los tweets por hora, y subsecuentemente construir el “sentimiento promedio” del día.

El puntaje se posiciona en una escala de números reales $(-\infty, +\infty)$, donde los valores positivos significan un “sentimiento promedio positivo”, los números negativos significan un “sentimiento promedio negativo” y el número cero significa un “sentimiento promedio neutral”. Cada círculo en el gráfico representa un día y su tamaño representa el volumen de tweets encontrados.

Análisis de sentimiento en tweets de COVID19

Cada círculo representa un día; el tamaño del círculo indica la cantidad de tweets encontrados por día. Una puntuación mayor a cero representa un sentimiento promedio positivo; una menor, un negativo.

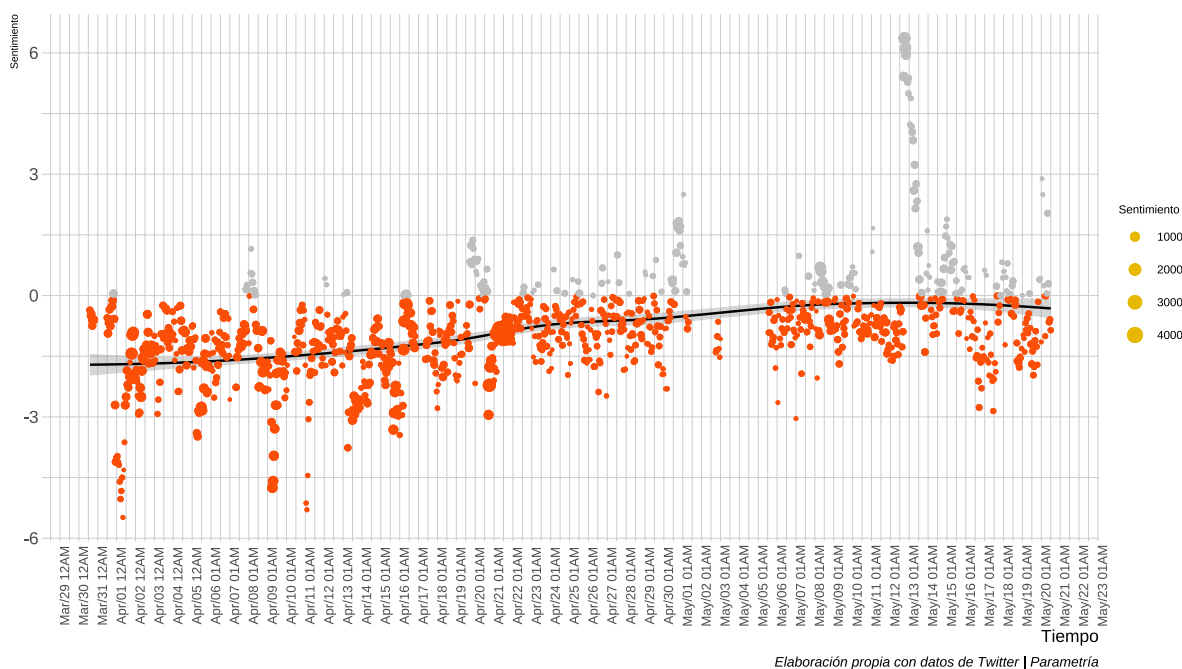


Figura 5: Análisis de Sentimiento en Tweets sobre COVID-19 en México - Twitter

[Link a esta gráfica](#)

Diez palabras positivas y 10 negativas

Ejemplo de Diccionario para Sentimiento

| Negativas | Puntuación | Positivas | Puntuación |
|--------------|------------|-------------|------------|
| bastardo | -5.0 | excepcional | 5 |
| negro | -5.0 | magnífico | 5 |
| perro | -5.0 | asombroso | 4 |
| pinchazo | -5.0 | celestial | 4 |
| tragón | -5.0 | eufórico | 4 |
| puto | -4.7 | exuberante | 4 |
| burro | -4.0 | fabuloso | 4 |
| catastrófico | -4.0 | fantástico | 4 |
| culo | -4.0 | ganador | 4 |
| defraudador | -4.0 | gracioso | 4 |

¡Emojis!

Debido a la propia extensión de un tweet, una forma no estructurada de expresión reside en las figuras que pueden acompañar el texto. Esta información se muestra en el gráfico de Emojis. Este gráfico presenta el número de veces en que el emoji específico fue usado en los tweets publicados del 30 de marzo al 20 de mayo, relacionados al #COVID19MX. Este ejercicio es un primer acercamiento a entender la expresión no estructurada como un termómetro de la opinión pública en redes sociales en un tema específico.

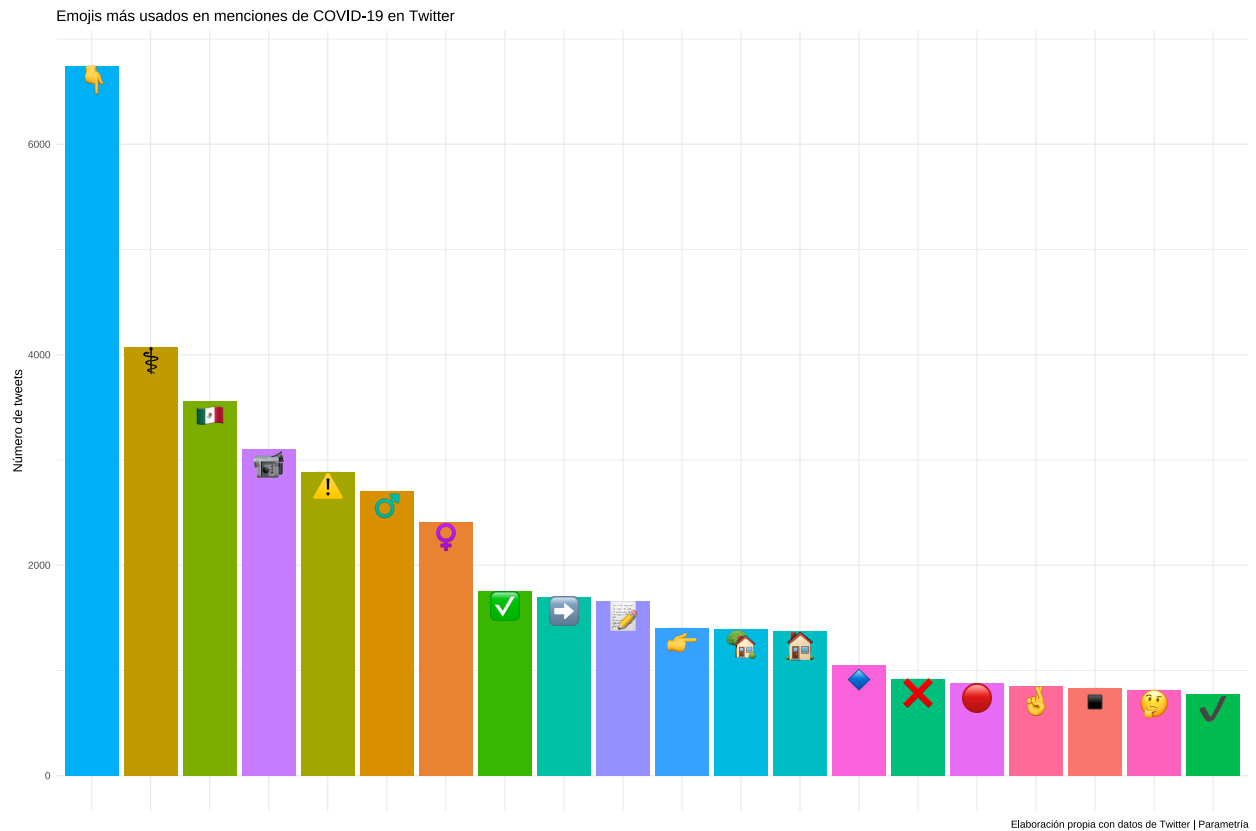


Figura 6: Emojis más comunes en Tweets sobre COVID-19 en México - Twitter

[Link a esta gráfica](#)

Descargue los archivo RMarkdown para crear este reporte aquí [Rmarkdown](#).

Consulta el artículo publicado en Milenio por nuestro director, Francisco Abundis [aquí](#)