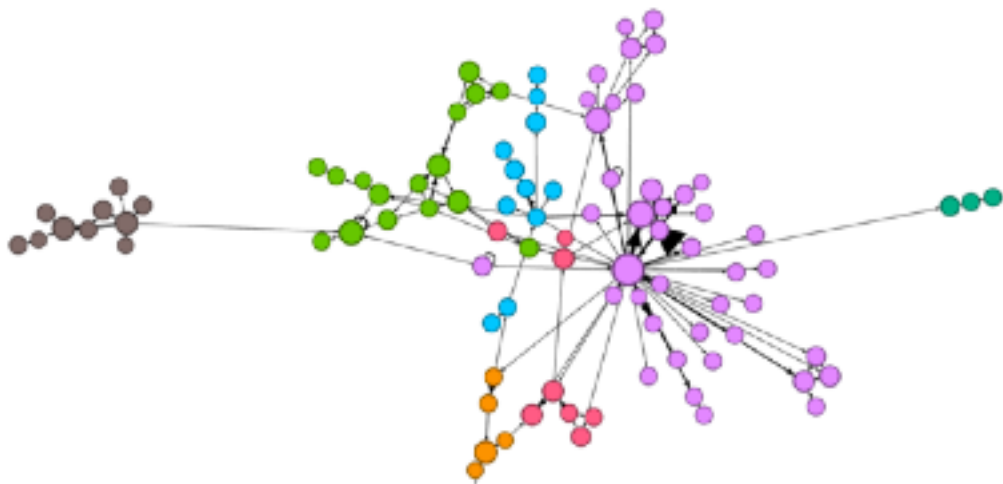


Marco Teórico

- **Minería de medios sociales:** Estudios de influencia, difusión de información, análisis de comunidades, **minería de opiniones** muy ligada al **análisis de sentimientos**.
- Nos centraremos en el aprendizaje **no supervisado**, obviando la rama dirigida de la minería de opiniones.
- Dentro del **aprendizaje no supervisado** encontramos el **clustering** y las **reglas de asociación** muy **interesantes** para nuestro problema.



Marco Teórico

- Una regla de asociación, en una base de datos transaccional, se representa como **$X \Rightarrow Y$** donde **Y** es un consecuente e **X** un antecedente definiendo una relación de co-ocurrencia entre ambos ítems.
- Hay diversos algoritmos entre los que destacan **Apriori** o **FP-Growth** (escalable, **Big Data**).
- Dentro de la interpretación de las reglas, diferentes enfoques como **reglas jerárquicas**.

