

# Motivación

- Mundo actual muy influenciado por las redes sociales.
- Minería de datos y concretamente la minería de medios sociales muy influyente en los paradigmas actuales.
- Diversos casos de uso relevantes de la minería de medios sociales como el caso de la influencia de Rusia en las elecciones Americanas.
- Redes sociales muy fiables a la hora de predecir o catalogar comportamientos de los usuarios.



# 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.

