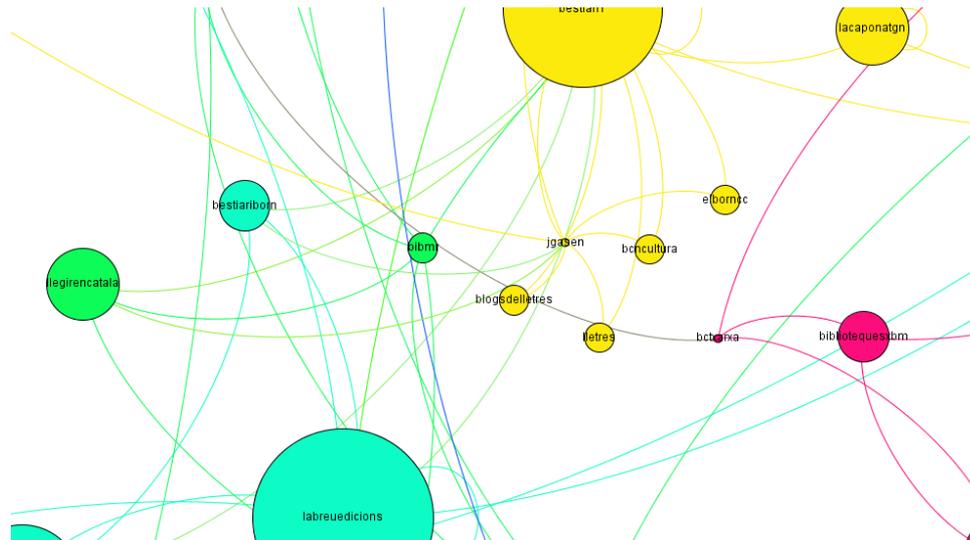


Obtener una matriz de datos de twitter para Gephi con Socioviz



Extracción de datos

- Hay diferentes maneras de extraer datos de los SNS (*Social Networking Sites*). Una herramienta muy útil que nos permite bajar los archivos de *Twitter* y analizarlos con *Gephi* es *Socioviz*.

The logo for SocioViz, consisting of a solid black square with the text "SocioViz." in white, sans-serif font centered within it.

SocioViz.

¿Qué es...?

- **Twitter** es un servicio que permite enviar mensajes de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados *tweets*, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los *tweets* de otros usuarios. Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a unos seguidores determinados*.
- **Sociovizz** es una plataforma de análisis de medios sociales impulsado por métricas de análisis de redes sociales que además permite generar archivos .gexf

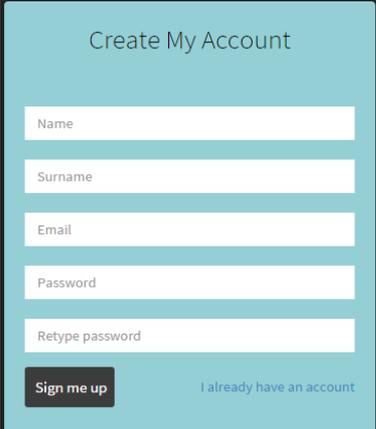
Obtener una cuenta de twitter

- En primer lugar, debéis tener una cuenta de *twitter*.
www.twitter.com
- Después de seguir los pasos de la plataforma para obtener una cuenta, estaréis listos para vincularla a diferentes apps.



Vincularla con Socioviz

- **Socioviz** se vincula a la cuenta de *Twitter* por medio de una app que nos permitirá extraer los datos. Para ello entraréis en la siguiente web y os registraréis con el mismo correo de la cuenta de *Twitter*.
- <http://socioviz.net/SNA/eu/sna/login.jsp>



The image shows a registration form titled "Create My Account" with a light blue background. It contains five input fields: "Name", "Surname", "Email", "Password", and "Retype password". At the bottom left, there is a dark grey button labeled "Sign me up". At the bottom right, there is a link that says "I already have an account".

Elegir un *hashtag*

- En esta ocasión trabajaréis con un *hashtag* para limitar la búsqueda. Un *Hashtag* es una etiqueta de metadatos precedido por el carácter # con el fin de que tanto el sistema como el usuario la identifiquen de forma rápida*.
- Empezaréis explorando *hashtags* que se vinculen directamente con vuestra área de interés procurando delimitar lo más posible.
- Si bien es posible extraer cantidades grandes de datos procedentes de *hashtags* que sean *Trending topics*, para este ejercicio buscaremos *hashtags* más modestos o locales con el fin de tener un volumen de datos manejable y para optimizar la visualización con *Gephi*.

Elegir un *hashtag*

Hashtag #robaunpoema

- “Roba un poema” es una iniciativa de las Bibliotecas de Girona ([@bibiblioteques_gi](https://twitter.com/biblioteques_gi)). La idea consiste en juntar títulos de libros para generar un poema. Es una actividad lúdica de promoción de la lectura que han acogido otras bibliotecas, personas y entidades vinculadas con el tema y que etiquetan como #robaunpoema.
- Queremos conocer qué repercusiones ha tenido #robaunpoema y quiénes y cómo lo utilizan.

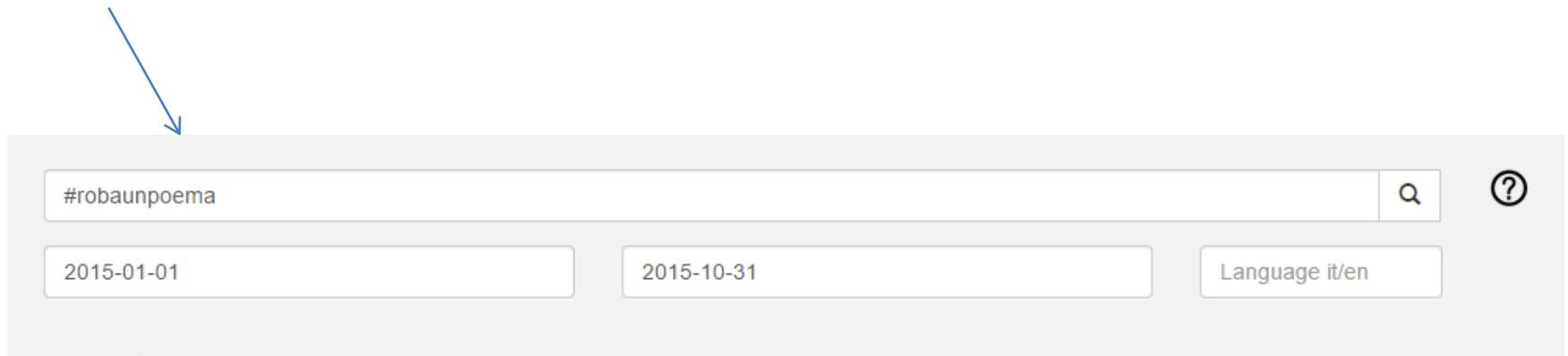
Elegir un *hashtag*

- En el caso de #robaunpoema, los *tweets* suelen venir acompañados de la imagen del poema “robado” a los lomos de los libros. Es importante saber si hay o no archivos adjuntos pues esto ayudará a analizar mejor nuestros datos. Todo análisis cualitativo requiere contexto.



Establecer parámetros de búsqueda

Hashtag



A screenshot of a search interface with a light gray background. At the top, there is a search bar containing the text "#robaunpoema". To the right of the search bar is a magnifying glass icon and a question mark icon. Below the search bar, there are three input fields: the first contains "2015-01-01", the second contains "2015-10-31", and the third contains "Language it/en". A blue arrow points from the word "Hashtag" to the search bar. A blue bracket spans across the two date input fields, pointing to the text "Periodo de tiempo a consultar" below.

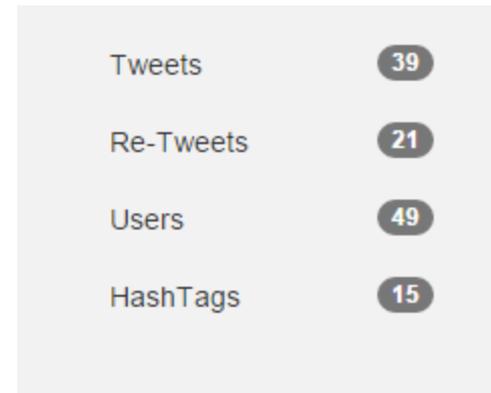
Periodo de tiempo a consultar

Establecer parámetros de búsqueda

- Si el *Hashtag* que habéis elegido es muy popular o queréis saber la actividad que tuvo en un periodo de tiempo concreto, se ajustarán los parámetros de la fecha.
- Si es un *hashtag* que usan instituciones definidas o se usa para un evento en concreto, podéis dejar las fechas en blanco.

Explorar Socioviz

En la parte superior izquierda de la ventana, aparece un cuadro que indica la cantidad de tweets, re-tweets, usuarios y hashtags implicados.



Tweets	39
Re-Tweets	21
Users	49
HashTags	15

Explorar Socioviz



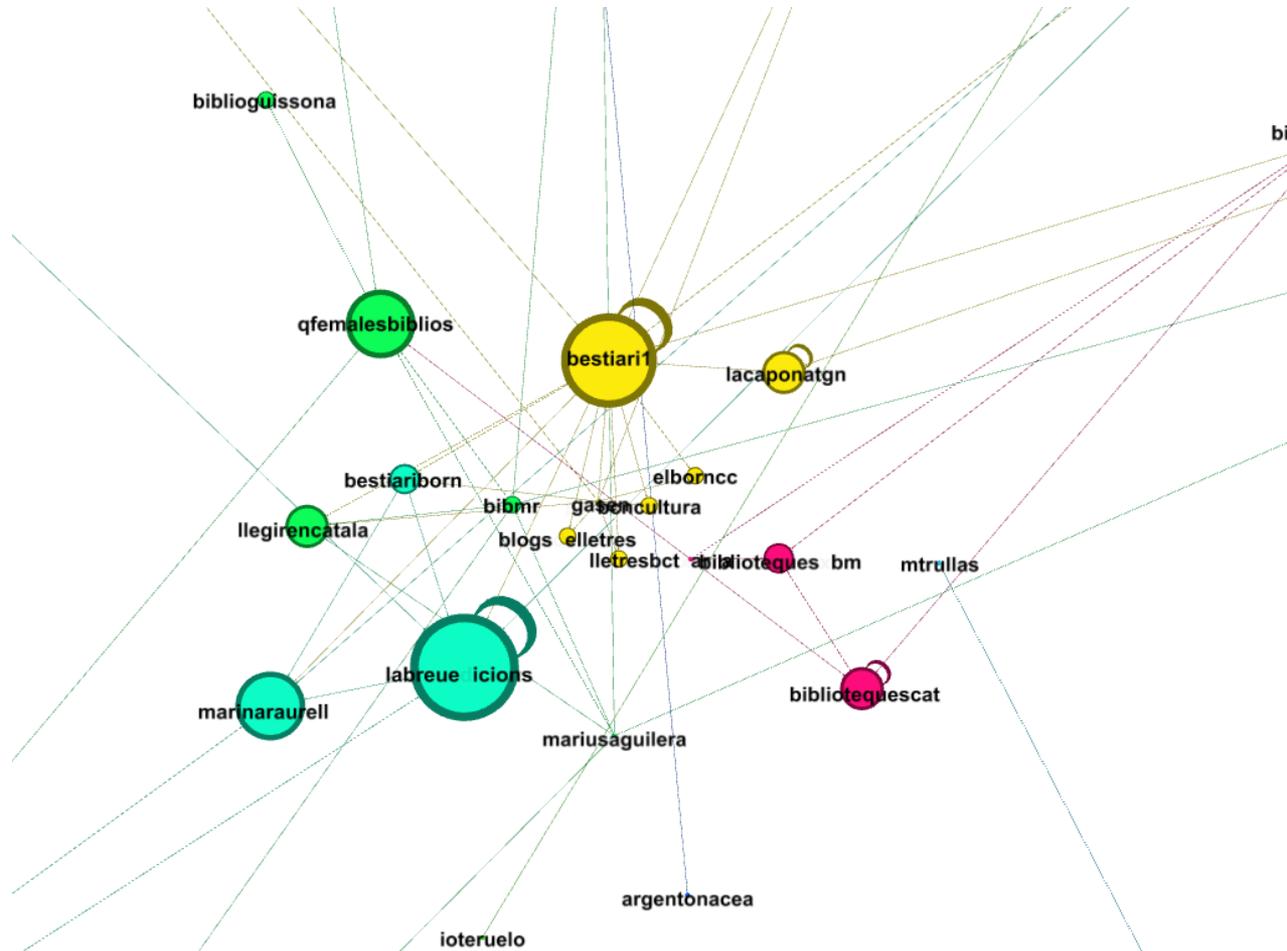
Además del análisis de redes, Socioviz nos ofrece otras informaciones con respecto a los *tweets*. Haciendo clic sobre los íconos podéis encontrar los horarios claves, los *hashtags* más frecuentes, la hora en que fueron emitidos, los *tweets* completos, los usuarios más influyentes, etc.

Para el caso de análisis de redes están los dos íconos que muestran la red. En el primero veréis cuáles son las cuentas que participan en ese *hashtag* y en el segundo con que otros *hashtags* se relaciona. En este ejemplo se utilizó el primer caso.

Exportar a Gephi

- Al hacer clic sobre los íconos de las redes encontraréis los gráficos. Para obtener las medidas y poder analizarlas tendréis que descargar el archivo haciendo clic en la flecha que aparece junto a la ventana. 
- Si ya tenéis instalado Gephi, lo más probable es que al abrir el archivo, se abra con este programa por defecto. Si no es así, basta con abrir el archivo desde la ubicación de descarga (Archivo -> Abrir)

Exportar a Gephi



Graficar

- Aunque los ficheros provenientes de Socioviz tienen las medidas de centralidad más importantes (pueden verse en el laboratorio de datos), no está de más retomar el Manual PRÁCTICA DE REDES SOCIALES CON GEPHI disponible en los materiales del curso para destacar en los gráficos las medidas de centralidad, los nodos o los clústeres que son relevantes para vuestro análisis y para darle presentación a la imagen.

Analizar

- Con las medidas y los datos que nos da Socioviz, tendréis información más que valiosa para generar análisis de redes poniendo en juego los contenidos, las frecuencias y los actores relevantes (nodos).
- En este ejemplo se usó un *hashtag* pero también puede hacerse este análisis con usuarios y términos libres (palabras sueltas).

*Con información de la Wikipedia