

Big Data y Redes Sociales

29 de enero al 2 de febrero

15:30-19:30h

Dr. Guillermo Boscán

Presentación.

“Big Data” es el concepto que se emplea actualmente para designar a un conjunto de información que cumple con tres características básicas: volumen, variedad y velocidad. Estas dimensiones se conocen como las tres “v” del Big Data y fueron introducidas por el analista de la consultora Gartner, Doug Laney, en el año 2001. Específicamente, cuando se habla de volumen se hace referencia a la cantidad de los datos, mientras que la variedad está relacionada con la tipología de los mismos. Por su parte, la velocidad tiene que ver con el tiempo de procesamiento de dicha información. Big Data es, por lo tanto, grandes bases de datos, de diversa naturaleza y procesadas en tiempo real.

No resulta casual, que las redes sociales estén vinculadas a la expansión del Big Data. Según el informe VNI (*Visual Networking Index*) de la empresa tecnológica Cisco se espera que para el año 2020 la población total de usuarios de internet ascienda a 4 mil millones de personas. Esta cifra representa más de la mitad de la población actual del mundo. El resultado, es una previsión sobre el tráfico total de internet para dicho año 2020 cercana a los 2,3 zettabytes, con una velocidad de conectividad a nivel global que alcance los 47,7 mbps y con el video (82%) como principal formato de envío.

Ante este escenario, el manejo de técnicas cuantitativas y cualitativas adecuadas para el análisis de bases de datos con estas características resulta cada vez más importante para el desarrollo de una carrera académica y profesional exitosa. Este programa constituye una invitación en ese sentido.

Programa.

1. ¿Qué es el Big Data?
2. Relación entre el Big Data y las Redes Sociales.
3. Presentación de algunas herramientas para el *social listening, monitoring and analytic* en redes sociales.
4. ¿Cómo extraer datos de redes sociales para llevar a cabo diversos tipos de análisis cuantitativos y cualitativos?
5. Exploración de las técnicas estadísticas más importantes para el análisis de datos provenientes de redes sociales.
6. ¿Cómo llevar a cabo un *sentimental analysis*?