

<b>TÍTULO DEL PROYECTO</b>	<b>APLICACIÓN DE TÉCNICAS AVANZADAS DE APRENDIZAJE AUTOMÁTICO PARA IDENTIFICAR EMOCIONES EN TEXTOS</b>
<b>RESOLUCIÓN RECTORAL Nº</b>	<b>326/2.020</b> (continuidad)
<b>INSTITUCIÓN</b>	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA
<b>DEPENDENCIA</b>	CONSEJO DE INVESTIGACIONES - FACULTAD DE INGENIERÍA - IESIING
<b>EQUIPO DE TRABAJO</b>	Director <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mg.Lic. Alejandra C. Cardoso</li> </ul> Equipo de Investigación <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mg. Lic. María Lorena Talamé</li> <li>• Ing. Matias Amor</li> </ul>
<b>DISCIPLINA GENERAL</b>	Ciencias exactas y naturales: Informática
<b>PALABRAS CLAVE</b>	Opiniones textuales - identificación de emociones - redes sociales - aprendizaje automático
<b>FINANCIAMIENTO</b>	CONSEJO DE INVESTIGACIONES

### RESUMEN

La gran cantidad de información contenida en los medios sociales ha propiciado que la comunidad científica dedique grandes esfuerzos a analizar, estructurar y procesar esta información. Estos medios se suelen utilizar para expresar opiniones y sentimientos sobre diferentes aspectos de la sociedad, productos, servicios, política, celebridades, etc. Empresas, organizaciones y gobiernos han mostrado su interés en conocer las opiniones que los usuarios tienen sobre sus actividades. Si bien, la identificación de la polaridad en opiniones es válida (opinión negativa o positiva), el reconocimiento preciso de las emociones que un usuario expresa de manera textual presenta un desafío debido a la complejidad y ambigüedad del lenguaje.

Los enfoques frecuentemente utilizados son: el aprendizaje supervisado, que utiliza grandes cantidades de texto como entrada a los algoritmos, y el uso de diccionario de palabras asociadas a uno o más emociones. Estos tipos de aprendizajes fueron abordados por el grupo de investigación en el proyecto anterior. En este proyecto se pretende profundizar en la identificación de emociones en textos de opinión, aplicando técnicas avanzadas de aprendizaje automático.

### ABSTRACT

*The large amount of information contained in social media has led the scientific community to devote great efforts to analyze, structure and process this information. These media are often used to express opinions and feelings about different aspects of society, products, services, politics, celebrities, etc. Companies, organizations and governments have shown an interest in the opinions that users have about their activities. While the identification of polarity in opinions is valid (negative or positive opinion), the precise recognition of the emotions that a user expresses in textual form presents a challenge due to the complexity and ambiguity of the language.*

*Frequently used approaches are: supervised learning, which uses large amounts of text as input to algorithms, and the use of dictionaries of words associated with one or more emotions. These types of learning were addressed by the research group in the previous project. This project aims to deepen the identification of emotions in opinion texts, applying advanced machine learning techniques.*