

## Resumen

En la red social digital X (anteriormente conocida como Twitter), la difusión de información no verificada es común, especialmente en temas relacionados con asuntos sociales, políticos y económicos, lo que puede influir significativamente en el comportamiento de las personas y, en ocasiones, llevar al caos y al pánico colectivo. Aunque se han realizado muchos estudios sobre el análisis de información en esta plataforma, la mayoría de ellos dependen de la API de Twitter para recopilar datos. Sin embargo, con los recientes cambios en la plataforma, incluido el cambio de nombre a X, y las limitaciones de la API, es crucial encontrar otras herramientas que brinden un mayor alcance y facilidad para recopilar datos. Identificar estas alternativas no solo ayuda a comprender mejor cómo los usuarios difunden información intencionalmente, sino que también ayuda a entender y abordar los problemas asociados con la desinformación y sus efectos en la sociedad.

Además, al identificar estas herramientas alternativas, será posible modelar las acciones que realizan los usuarios al propagar información intencionalmente, lo que permitirá clasificarlos en grupos de comportamiento similar en la red social. Este enfoque facilitará el diseño de estrategias más efectivas para contrarrestar la desinformación y promover una comunicación más precisa y responsable en las plataformas digitales.

*Palabras claves:* Recopilación, Twitter (X), SNScrape, Tweepy, Nodos, Relacionamiento.

## **Abstract**

In the digital social of X (formerly Twitter), the propagation of unverified information is rampant, particularly on topics spanning social, political, and economic domains, potentially exerting profound influence on individual behaviors and occasionally precipitating collective chaos and panic. While numerous studies have scrutinized information dynamics on this platform, the predominant reliance on Twitter's API for data aggregation presents limitations, especially amidst recent platform shifts, including the transition to X. Consequently, there arises a pressing need to explore alternative data collection tools that offer broader coverage and streamlined data gathering processes.

Identifying such alternatives not only enriches our understanding of deliberate information dissemination by users but also serves as a crucial step towards addressing the multifaceted challenges associated with misinformation and its societal ramifications. Moreover, the identification of these alternative tools holds the promise of enabling the modeling of user behaviors in intentional information propagation, facilitating their categorization into behaviorally akin clusters within the social network.

This nuanced approach not only fosters the development of more robust strategies to counter misinformation but also fosters a climate conducive to more accurate and responsible communication across digital platforms. In essence, it lays the groundwork for a more resilient and discerning online community, better equipped to navigate the complexities of information dissemination and consumption in the digital age.

*Keywords:* Data, Twitter (X), SNScrape, Tweepy, Nodes, Relationship Mapping.