



ANÁLISE DE SENTIMENTO - PLN

BTG Pactual



Controle do Documento

Histórico de revisões

| Data | Autor | Versão | Resumo da atividade |
|--------------------------|---|--------|---|
| 25/04/2023 | Maria Luísa Maia | 1.0 | Parceiro de Negócios Definição do problema |
| 26/04/2023 | Maria Luísa Maia Vitor Oliveira | 1.1 | User stories |
| 27/04/2023 | Maria Luisa Maia Vitor Oliveira | 1.2 | Revisão dos textos Atualização da User story |
| 28/04/2023 | Maria Luísa Maia | 1.3 | Análise do negócio Explicação Matriz de Risco Explicação Proposta de Valor Revisão User Story |
| 30/04/2023 | Maria Luísa Maia Pedro Rezende Vitor Oliveira | 1.4 | Revisão geral dos textos Implementação da Matriz Oceano Azul Organização da Matriz de Risco Organização das User Stories |
| 01/05/2023 | Pedro Rezende | 1.5 | Revisão geral dos textos Organização da Matriz Oceano Azul |
| 01/05/2023 | Pedro Rezende Vitor Oliveira | 1.6 | Markdown no Github |
| 11/05/2023 | Maria Luísa Maia Daniel Barzilai | 2.0 | Análise descritiva |
| 11/05/2023 | Larissa Carvalho Rafael Moritz | 2.1 | Pré-processamento |
| 11/05/2023 | Pedro Rezende Vitor Oliveira | 2.2 | Modelo |
| 12/05/2023 13/05/2023 | Maria Luísa | 2.3 | Revisão e formatação no Google Docs |
| 13/05/2023 | Maria Luísa Larissa Carvalho | 2.4 | Markdown no Github |

| | | | |
|------------|---------------------------------|-----|---|
| 15/05/2023 | Maria Luísa Larissa Carvalho | 3.0 | Revisão e melhorias de feedbacks sprint 1 |
| 27/05/2023 | Maria Luísa | 3.1 | Revisão texto geral |
| 27/05/2023 | Maria Luísa | 3.2 | Pré - processamento - atualização de novos processos |
| 28/05/2023 | Larissa Carvalho | 3.4 | Comparação entre os modelos - seção 8.1 a 8.4 |
| 06/05/2023 | Maria Luísa | 4.0 | Documentação da rede neural - sequência de palavras (9.7) |
| 07/05/2023 | Maria Luísa | 4.1 | Revisão e alteração de códigos (9.7) |
| 08/05/2023 | Maria Luísa | 4.2 | Revisão e alteração do código (9.6) |
| 09/05/2023 | Maria Luísa | 4.3 | Revisão e alteração do código (9.5) |
| 10/06/2023 | Larissa Carvalho | 4.4 | Rede Neural sem embedding - 9.8 Random Forest Word2vec - 9.9 |
| | | | |

Sumário

Índice de tabelas

6

1. Introdução

6

| | |
|--|-----------|
| 2. Problema | 6 |
| 3. Objetivos | 7 |
| 4. Análise de Negócios | 8 |
| 4.1. Contexto da indústria | 8 |
| 4.1.1 Principais players | 8 |
| 4.1.2 Modelo de negócio | 11 |
| 4.1.3 Tendências | 11 |
| 4.1.4 Análise 5 forças de Porter: | 12 |
| 4.2 Matriz de Avaliação de valor Oceano Azul | 14 |
| 4.3 Análise Financeira do Projeto | 16 |
| 4.4 Value Proposition Canvas | 18 |
| 4.5 Matriz de Risco | 22 |
| 5. Análise de Experiência do Usuário | 26 |
| 5.1 Personas | 26 |
| 5.2 Jornadas do Usuário | 30 |
| 5.3 User Stories | 33 |
| 6. Análise descritiva | 38 |
| 6.1 Introdução | 38 |
| 6.2 Método | 38 |
| 6.3 Resultados | 39 |
| 6.3.1 Autores | 39 |
| 6.3.2 Palavras mais frequentes | 40 |
| 6.3.3 Tipos de interação | 42 |
| 6.3.4 Classificação de sentimento | 43 |
| 6.4 Conclusão | 46 |
| 7. Pré processamento | 46 |
| 7.1 Introdução | 46 |
| 7.2 Método | 47 |
| 7.3. Resultados | 47 |
| 7.3.1 Tratamento dos dados | 47 |
| 7.3.2 Tokenização | 49 |
| 7.3.3 Tratamento de abreviações | 49 |
| 7.3.4 Tratamento de emoji | 50 |
| 7.3.5 Remoção de StopWords | 51 |
| 7.3.6 Remoção de alfanuméricos | 51 |
| 7.3.7 Lematização | 52 |
| 7.3.8 Pipeline | 53 |
| 7.4 Conclusão | 56 |
| 8. Vetorização | 56 |
| 8.1 Bag of Words | 56 |
| 8.1.1 Introdução | 56 |
| 8.1.2 Método | 56 |
| 8.1.4 Resultados | 56 |
| 8.1.5 Conclusão | 58 |
| 8.2 Word2Vec | 60 |

| | |
|--|-----------|
| 8.2.1 Introdução | 60 |
| 8.2.2 Método | 60 |
| 8.2.3 Resultados | 60 |
| 8.2.4 Conclusão | 61 |
| 9. Modelos | 61 |
| 9.1 Word2Vec com CBOW | 61 |
| 9.1.1 Introdução | 61 |
| 9.1.2 Método | 61 |
| 9.1.3 Resultados | 61 |
| 9.1.4 Conclusão | 63 |
| 9.2 Naive Bayes + Word2Vec com CBOW | 64 |
| 9.2.1 Introdução | 64 |
| 9.2.2 Método | 64 |
| 9.3.3 Resultados | 64 |
| 9.4.4 Conclusão | 66 |
| 9.3 Word2Vec com o corpus | 66 |
| 9.3.1 Introdução | 66 |
| 9.3.2 Método | 66 |
| 9.3.3 Resultados | 66 |
| 9.3.4 Conclusão | 68 |
| 9.4 Naive Bayes + Word2Vec com o corpus | 68 |
| 9.4.1 Introdução | 68 |
| 9.4.2 Método | 68 |
| 9.4.3 Resultados | 68 |
| 9.4.4 Conclusão | 70 |
| 9.5 Naive Bayes + Bow | 70 |
| 9.5.1 Introdução | 70 |
| 9.5.2 Método | 70 |
| 9.5.3 Resultados | 70 |
| 9.5.3.1 Naive Bayes | 70 |
| 9.5.3.1 Naive Bayes - Cross Validation | 74 |
| 9.5.3.1 Naive Bayes - Grid Search | 77 |
| 9.5.4 Conclusão | 80 |
| 9.6 Random Forest + BoW | 80 |
| 9.6.1 Introdução | 80 |
| 9.6.2 Método | 80 |
| 9.6.3 Resultado | 81 |
| 9.6.3.1 Random Forest | 81 |
| 9.6.3.2 Random Forest - Validação Cruzada | 84 |
| 9.6.3.3 Random Forest - Grid Search | 87 |
| 9.6.4 Conclusão | 91 |
| 9.7 Rede Neural (Sequência de palavras) - Word2Vec | 91 |
| 9.7.1 Introdução | 91 |
| 9.7.2 Método | 91 |
| 9.7.3 Resultado | 91 |
| 9.7.3.1 Leitura da base de dados | 91 |

| | |
|---|------------|
| 9.7.3.2 Separação de treino e teste | 91 |
| 9.7.3.2 Criação do modelo | 93 |
| 9.7.3.2.1 Construção da rede neural com a base tratada - Sprint 3 | 95 |
| 9.7.3.2.2 Construção da rede neural com Word2Vec + CBoW - Sprint 3 | 96 |
| 9.7.3.2.3 Construção da rede neural com Word2Vec + Embedding Layer - Sprint 3 | 98 |
| 9.7.3.2.4 Construção da rede neural com a base tratada - Sprint 4 | 99 |
| 9.7.3.2.5 Construção da rede neural com Word2Vec + CBoW - Sprint 4 | 100 |
| 9.7.3.2.6 Construção da rede neural com Word2Vec + Embedding Layer - Sprint 4 | 102 |
| 9.7.3.2 Exportação com a biblioteca pickle | 104 |
| 9.7.4 Conclusão | 104 |
| 9.8 Rede Neural sem embedding - Word2vec | 104 |
| 9.8.1 Introdução | 104 |
| 9.8.2 Método | 104 |
| 9.8.3 Resultados | 106 |
| 9.8.3.1 Rede Neural - Precisão | 106 |
| 9.8.3.2 Rede Neural - Matriz de confusão | 107 |
| 9.8.4 Conclusão | 108 |
| 10. Comparação entre os modelos | 109 |
| 10.1 Introdução | 109 |
| 10.2 Método | 109 |
| 10.3 Resultado | 109 |
| 10.4 Conclusão | 109 |
| Anexos | 110 |

Índice de figuras

Figura 01 - Comparativo de lucro dos principais bancos

Figura 02 - Infográfico das 5 forças de Porter

Figura 03 - Matriz de avaliação

Figura 04 - Tabela de desenvolvimento

Figura 05 - Tabela de custos do projeto

Figura 06 - Tabela de receita

Figura 07: Tabela de retorno

Figura 08 - Canvas Proposta de Valor

Figura 09 - Proposta de valor

Figura 10 - Perfil do cliente

Figura 11 - Matriz de Risco

Figura 12 - Matriz de Risco - Ameaças

Figura 13 - Matriz de Risco - Oportunidades

Figura 14: Persona 1

Figura 15: Persona 2

Figura 16: Persona 3

Figura 17: Jornada de usuário 1

Figura 18: Jornada de usuário 2

Figura 19: Jornada de usuário 3

Figura 20: Gráfico “Autores que mais comentam”

Figura 21: Gráfico “Top 20 palavras mais frequentes”

Figura 22: Gráfico “Tipos de interação”

Figura 23: Gráfico “Tipos de sentimento” - Pizza

Figura 24: Gráfico “Tipos de sentimento” - Barras

Figura 25: Output da função data.describe()

Figura 26: Demonstração do pipeline

Figura 27: Demonstração do Bag of Words

Figura 28: Output do código

Figura 29: Demonstração do modelo pronto

Figura 30: Nuvem de palavras

Figura 31: Word2Vec com modelo pré-treinado

Figura 32: Word2Vec treinado com o corpus

Figura 33: Output do Word2Vec + CBOW

Figura 34: Output Naive Bayes + Word2Vec com CBOW

Figura 35: Output feature

Figura 36: Matriz de confusão Naive Bayes - Sprint 3

Figura 37: Matriz de confusão Naive Bayes - Sprint 4

Figura 38: Matriz de confusão Naive Bayes Cross Validation - Sprint 3

Figura 39: Matriz de confusão Naive Bayes Cross Validation - Sprint 4

Figura 40: Matriz de Confusão - Random Forest Sprint 3
Figura 41: Matriz de Confusão - Random Forest Sprint 4
Figura 42: Matriz de Confusão - Random Forest com validação Sprint 3
Figura 43: Matriz de Confusão - Random Forest com validação Sprint 4
Figura 44: Matriz de Confusão - Random Forest com Grid Search Sprint 3
Figura 45: Matriz de Confusão - Random Forest com Grid Search Sprint 4
Figura 46: Matriz de Confusão - base tratada Sprint 3
Figura 47: Matriz de Confusão - Word2Vec + CBoW Sprint 3
Figura 48: Matriz de Confusão - Word2Vec + Embedding Layer Sprint 3
Figura 49: Matriz de Confusão - Base tratada Sprint 4
Figura 50: Matriz de Confusão - Word2Vec + CBoW Sprint 4
Figura 51: Matriz de Confusão - Word2Vec + Embedding Layer Sprint 4
Figura 52: Avaliação do modelo
Figura 53: Matriz de confusão - Rede Neural

Índice de tabelas

Tabela 01 - Tabela de Avaliação
Tabela 02 - User Story 01
Tabela 03 - User Story 02
Tabela 04 - User Story 03
Tabela 05 - User Story 04
Tabela 06 - User Story 05

1. Introdução

O BTG Pactual é uma instituição financeira brasileira que oferece uma ampla gama de produtos e serviços financeiros, desde investimentos em renda fixa e variável até

soluções de previdência privada e gestão de patrimônio. Fundada em 1983, a empresa tem uma atuação global, com presença em vários países da América Latina, Europa, Ásia e Estados Unidos, sendo conhecida pela sua expertise no mercado financeiro, pela qualidade do seu atendimento e pela inovação constante em seus serviços.

Esse projeto se especifica na área de marketing do banco, que é responsável por desenvolver estratégias para promover a marca e os produtos da instituição financeira, atraindo e fidelizando clientes e investidores. Por isso, ela tem um papel fundamental no relacionamento com os clientes, pois é responsável por comunicar de forma clara e eficiente as vantagens e benefícios dos produtos e serviços financeiros oferecidos pelo BTG Pactual, bem como identificar as necessidades e demandas dos clientes para desenvolver soluções personalizadas e eficazes.

2. Problema

O *Instagram* é uma das principais redes sociais utilizadas pelos clientes do BTG Pactual para se comunicarem com a instituição financeira, seja para tirar dúvidas, obter informações ou expressar suas opiniões sobre os produtos e serviços oferecidos. Porém, uma das principais dificuldades enfrentadas pela área de *Marketing* do banco é entender as necessidades e demandas dos clientes de maneira fácil e rápida no *Instagram*. Isso se deve ao fato de que muitas vezes aquele comentário do cliente está em um post que não tem relação com o tema, ou ainda esse cliente ainda não entrou em contato com o banco e já mandou *direct* no *Instagram*.

Esse tópico se mostra de extrema importância, tendo em vista que marketing representa aproximadamente 13,6% do orçamento total de uma empresa em 2023, de acordo com a Pesquisa Anual de CMO da Deloitte. Isso demonstra que há uma enorme necessidade de investimentos e priorização dos canais de marketing, para que se mostrem de qualidade, tanto em questão de divulgação do banco, quanto também de recepção e cuidado com o cliente.

Assim, devido essa utilização em massa das redes sociais, a riqueza e volumetria dos dados gerados acaba resultando em altos investimentos em estratégias de marketing digital pelo banco, então, foi levantado questões de como a análise de dados de mídia social conseguiria fornecer informações que ajudariam a entender o que está funcionando e o que não está funcionando. Dessa forma, a partir da parceria do Banco BTG Pactual e da faculdade Inteli, foi apresentado a necessidade de uma solução que solucionasse esse tipo de problema/questões, de forma que ajudasse o time de Marketing a tomar as decisões de negócios corretas e refinar as estratégias novas ou já existentes, à medida que avança a criação de novas campanhas.

3. Objetivos

Tendo em vista o problema, o time de Automação juntamente com o time de Marketing do banco BTG Pactual, propôs o desenvolvimento de uma Inteligência Artificial utilizando processamento de linguagem natural (PLN), para fazer o monitoramento de campanhas de marketing.

A solução de Processamento de Linguagem Natural (PLN) ajuda a equipe a entender as necessidades e demandas dos clientes de maneira fácil e rápida no Instagram. O objetivo principal da solução é rastrear os dados em tempo real, analisar e interpretar as mensagens e comentários enviados pelos clientes na rede social, a fim de identificar as necessidades e demandas de forma precisa e eficiente.

Essa solução é implementada através de algoritmos de aprendizado de máquina, que são treinados para identificar palavras-chave e sentimentos nas mensagens e comentários enviados pelos clientes, de acordo com a campanha presente no *post*.

4. Análise de Negócios

4.1. Contexto da indústria

Os bancos desempenham um papel fundamental na intermediação financeira, captando recursos de depositantes / investidores e concedendo empréstimos a tomadores de empréstimos para financiar seus negócios e projetos. E com isso, eles oferecem uma ampla gama de produtos e serviços financeiros, como contas correntes, poupança, empréstimos, cartões de crédito, investimentos, seguros, entre outros.

A indústria bancária está em constante evolução, com mudanças significativas ocorrendo ao longo das últimas décadas. A redução de tarifas, a digitalização e a democratização são fatores importantes que têm afetado o setor bancário em todo o mundo, tópicos que serão explicados posteriormente.

4.1.1 Principais players

A imagem a seguir demonstra quais são os principais players da indústria bancária e o lucro desde 2015. O lucro está sendo representado em bilhões de reais.

LUCRO LÍQUIDO DOS BANCOS SOBE 6,3% EM 2022

as 4 maiores instituições financeiras listadas na Bolsa tiveram ganhos de R\$ 96,2 bilhões no período*

principais bancos*

em R\$ bilhões



Bradesco



Santander

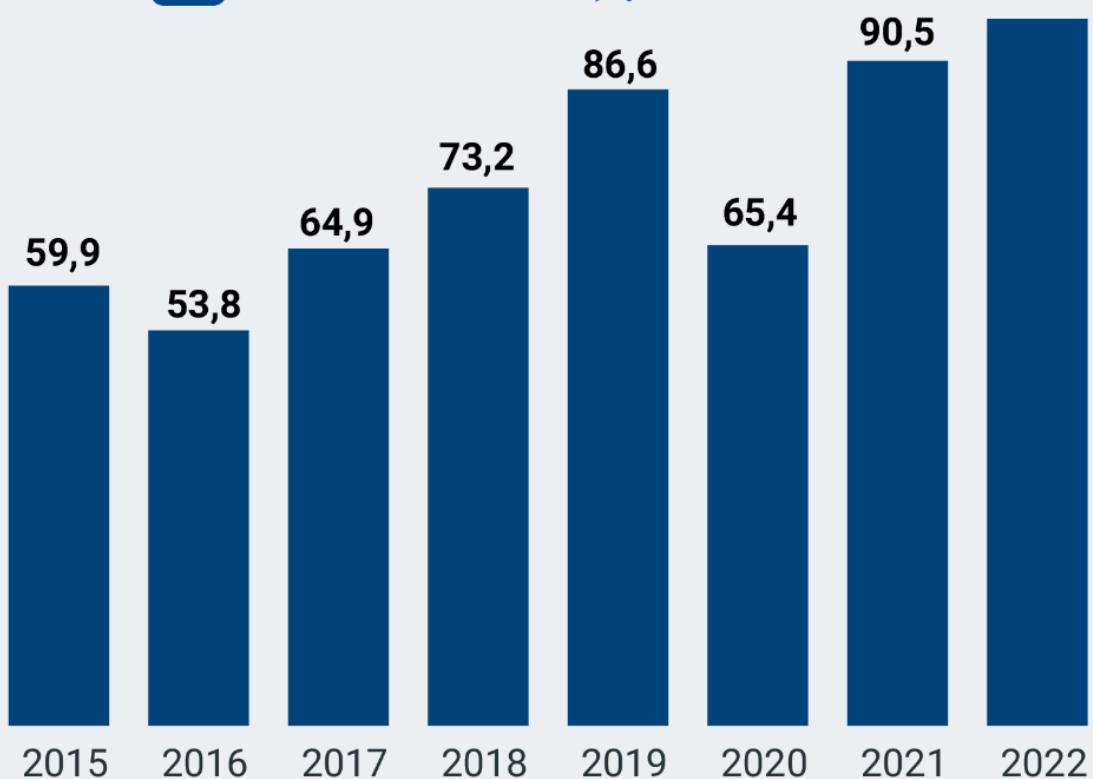


Itaú Unibanco



BB

R\$ 96,2
bilhões



lucro por banco

Figura 01: Comparativo do lucro dos principais bancos

Abaixo será descrito cada *player* que foi citado no gráfico como “principais bancos” e quais são os pontos fortes de cada um.

1. Bradesco

O Bradesco é constituído em forma de sociedade anônima, fundada em 1934 no interior de São Paulo. Em 2021, entrou no *ranking* da Forbes entre os melhores empregadores do mundo, além de já ter recebido alguns prêmios por conta da sua cultura, como o Prêmio Valor Cultura Empresarial em 2020.

Pontos fortes:

- Presença no mercado brasileiro: rede extensa de agências, mais de 4700, e clientes pelo Brasil, permitindo a possibilidade de atender a maior parte da população.
- Forte cultura: o banco é conhecido pela sua cultura interna muito forte, com princípios bem definidos, como a ética, integridade e compromisso com o cliente.
- Adaptabilidade: o banco conseguiu se adaptar muito bem com as últimas mudanças do mercado bancário, como a digitalização, onde foi criado a BIA, inteligência artificial do banco.

2. Itaú Unibanco

O Itaú Unibanco foi criado a partir da fusão entre o Banco Itaú e o Unibanco em 2008, que na época eles estavam no topo das maiores instituições financeiras do Brasil, e hoje está presente no Brasil e em outros países da América Latina.

Pontos fortes:

- Presença forte no mercado: forte presença no Brasil, sendo um dos mais importantes e influentes, e também uma presença tão forte quanto na América Latina;
- Governança corporativa: a empresa tem uma pontuação alta em *rankings* de sustentabilidade e governança.

3. Santander Brasil

O Santander é uma empresa espanhola que possui algumas subsidiárias em outros países, como o Brasil que entrou em atividade em 1982. Além disso, o banco foi considerado o terceiro maior na indústria em 2022.

Pontos fortes:

- Presença global: como já dito, o banco possui diversas subsidiárias em diferentes países;
- Foco na inovação: o banco tem investido bastante em soluções tecnológicas, como o Santander Way, um aplicativo de celular que permite transações financeiras.

4. Banco do Brasil

O Banco do Brasil é uma empresa de economia mista, ou seja, o governo tem uma parte de suas ações, que nesse caso é 50%. A instituição foi fundada em 1808, sendo o primeiro banco no Brasil.

Pontos Fortes:

- Presença nacional: ampla rede de agências no Brasil inteiro, tornando-se um banco democrático;
- Foco no agronegócio: como o país tem um forte mercado rural, o banco utiliza dessa característica para oferecer linhas de crédito e serviços para produtores rurais.

4.1.2 Modelo de negócio

O modelo de negócio do setor bancário pode ser resumido em duas atividades principais: captar recursos financeiros de clientes / investidores, e emprestar esses recursos a outros clientes que precisam de financiamento. O principal meio de captação de recursos é por meio de depósitos e emissão de títulos. Em seguida, eles utilizam esses recursos para emprestar a outras pessoas, empresas ou governos, com o objetivo de obter lucro com juros e outras taxas cobradas sobre esses empréstimos. Para reter e atrair clientes, os bancos oferecem outros serviços, como contas correntes, cartões de crédito, investimentos, seguros, entre outros.

Outro aspecto importante do modelo de negócio do setor bancário é a gestão de riscos. Os bancos devem avaliar cuidadosamente o risco de cada empréstimo, a fim de minimizar as perdas decorrentes de uma falta de cumprimento ou outros eventos adversos. Para isso, eles utilizam uma série de ferramentas e técnicas de análise de risco.

4.1.3 Tendências

A seguir serão apresentados três tendências principais que foram citadas no estudo global “Digital Banking Maturity 2022” feito pela Deloitte.

1. Digitalização

Com a evolução da tecnologia e a popularização da internet, os bancos têm buscado se adaptar a esse novo cenário, oferecendo serviços bancários cada vez mais digitais e automatizados. O objetivo principal é oferecer mais conveniência e facilidade para os clientes, que podem realizar transações bancárias a qualquer hora e em qualquer lugar, utilizando dispositivos móveis. Além disso, os bancos também buscam reduzir seus custos operacionais, com a automatização de processos e a redução da necessidade de agências físicas.

2. Liberalização de investimentos

A tendência de liberalização de investimentos dos bancos tem ganhado força nos últimos anos, com a flexibilização das regulações em diversos países ao redor do mundo, permitindo uma gama mais ampla de produtos e serviços de investimento, que

antes eram restritos a instituições especializadas, como corretoras e gestoras de fundos. Com isso, os bancos podem oferecer aos seus clientes opções de investimento em diversas classes de ativos, fazendo com o que os clientes tenham mais opções para diversificar suas carteiras de investimentos, e tendo a opção de contar com o suporte e a experiência dos bancos na hora de tomar decisões de investimento.

3. Democratização

O objetivo principal da democratização é tornar o acesso aos serviços financeiros mais acessível a um público mais amplo e diverso, que inclui pessoas de baixa renda, pequenas empresas e empreendedores, que muitas vezes não têm acesso a serviços bancários tradicionais. Essa tendência de democratização está diretamente relacionada com a primeira tendência explicada, a digitalização.

4.1.4 Análise 5 forças de Porter:

As 5 forças de Porter é uma ferramenta de análise de mercado criada por Michael Porter, para avaliar a intensidade da concorrência em um setor e a força das forças competitivas que determinam a atratividade de um mercado. Essas 5 forças são:

Rivais Competitivos: a concorrência direta e indireta de outras empresas no setor.

Poder de negociação de compradores: o poder de barganha dos compradores em relação ao preço, qualidade e outros requisitos.

Poder de negociação de fornecedores: o poder de barganha dos fornecedores em relação a preços e condições de fornecimento.

Ameaça de novos entrantes: a facilidade de entrada de novas empresas no mercado, incluindo barreiras à entrada, economias de escala e recursos financeiros.

Ameaça de produtos substitutos: a presença de produtos ou serviços substitutos que possam afetar a demanda pelos produtos atuais do setor.

Essas 5 forças são utilizadas para avaliar o potencial de lucro de um setor e para identificar as principais fontes de pressão competitiva, ajudando as empresas a tomar decisões estratégicas e a se posicionar de forma mais forte no mercado.

Abaixo segue o infográfico das 5 forças de Porter do BTG Pactual

Infográficos das 5 forças de Porter - BTG Pactual



Figura 02: Infográfico das 5 forças de Porter

1. Poder de barganha com clientes

O poder de barganha dos clientes do setor bancário é relativamente baixo, uma vez que muitas vezes os clientes são dependentes dos serviços oferecidos pelos bancos e têm poucas alternativas para escolher, já que alguns bancos são dominantes em certas regiões. Porém essa métrica pode mudar nos próximos anos, já que os bancos estão no processo de digitalização, permitindo com que os clientes, independente de onde mora, possam acessar bancos diferentes.

2. Poder de barganha com fornecedores

O poder de barganha dos fornecedores do setor bancário pode ser visto de duas formas:

O primeiro é o setor no geral, que tem um poder de barganha relativamente baixo, já que os bancos geralmente lidam com um grande número de fornecedores e têm a capacidade de negociar com eles em grande escala.

O segundo é uma área específica: fornecimento de tecnologias, onde, nesse caso, os fornecedores podem ter maior poder de negociação e impor condições de venda menos favoráveis.

3. Ameaça de novos concorrentes

Apesar de ser um mercado com um regulamento muito complexo e ter empresas que já tem uma confiança dos clientes estabelecidas, nos últimos anos foi observado que empresas digitais conseguem entrar no mercado facilmente. Esses novos entrantes podem representar uma ameaça aos bancos estabelecidos, especialmente quando conseguem conquistar um grande número de clientes e estabelecer uma marca forte e confiável.

4. Ameaça de produtos substitutos

A ameaça de produtos substitutos no setor bancário é moderada, pois existem algumas alternativas disponíveis para os serviços financeiros oferecidos pelos bancos, principalmente com a tendência de digitalização do setor e a entrada de novos concorrentes. Ou seja, essas novas empresas digitais oferecem soluções financeiras alternativas, como aplicativos de pagamento móvel, que podem competir com os serviços bancários tradicionais.

Porém, os bancos ainda mantêm uma vantagem competitiva, pois possuem uma rede de agências bancárias, uma base de clientes estabelecida e um histórico de confiabilidade e segurança. Além disso, os bancos estão investindo em tecnologias inovadoras e melhorando a experiência do cliente para se igualar com novas soluções de empresas recentes.

5. Rivalidade entre concorrentes:

A rivalidade entre concorrentes no setor bancário é alta, devido ao grande número de empresas no mercado e à competição intensa pelos clientes. Os bancos usam estratégias de marketing para atrair / manter clientes, oferecendo diversas promoções. Além disso, eles competem em termos de inovação e tecnologia, com o objetivo de fornecer aos clientes serviços mais rápidos, seguros e convenientes. A rivalidade entre concorrentes é ainda mais intensa em regiões onde há um grande número de bancos, o que aumenta a pressão sobre as instituições financeiras para conquistar e manter seus clientes.

4.2 Matriz de Avaliação de valor Oceano Azul

A matriz de Oceano Azul é uma ferramenta que permite, através do comparativo entre atributos comuns, a identificação de possíveis oportunidades que não estão no radar da concorrência. Também são analisados esses atributos a fim de que seja agregado mais valor para os usuários. Utilizando essa ferramenta, é possível moldar o modelo de quatro vieses, os quais visam identificar diferentes oportunidades em diferenciação dos concorrentes, isso acontece a partir das seguintes ações:

- Reduzir;
- Eliminar;
- Aumentar;
- Criar;

Com base na solução proposta da equipe BT G3, realizou-se a matriz de avaliação de valor “oceano azul”, com base em 3 concorrentes, Google Cloud NLP, Amazon Comprehend NLP e Open AI NLP (GPT-3) e, além disso, foi baseada em 8 atributos principais.

| Atributos | BT-G3 NLP | Google Cloud NLP (CNL) | Amazon Comprehend NLP | Open ÁI NLP (GPT-3) |
|--------------|--------------|---------------------------|-----------------------------|------------------------|
| Melhor preço | 10 | 5 | 8 | 1 |
| Qualidade de | 1 | 5 | 5 | 10 |

| treinamento | | | | |
|---------------------------|----|----|----|----|
| Tecnologia | 5 | 10 | 10 | 10 |
| Análise de palavras-Chave | 5 | 5 | 10 | 5 |
| Análise de sentimentos | 5 | 10 | 5 | 10 |
| Tradução PT-BR | 8 | 10 | 0 | 10 |
| Customização | 10 | 8 | 5 | 5 |
| Praticidade | 10 | 1 | 8 | 5 |
| Controle | 10 | 0 | 0 | 0 |

Tabela 01: Tabela de Avaliação



Figura 03: Matriz de avaliação

Criar:

A partir do desenvolvimento do modelo BT-G3, será possível **criar** um “Controle” completo da ferramenta devido ao fato de ser uma tecnologia interna, permitindo melhor customização e praticidade ao mesmo tempo. Assim, a partir desse controle, o time de automação poderá analisar dados em tempo real das campanhas, permitindo então ajustes imediatos em parâmetros, tratamento da base e monitoramento dos processos até o output final. Além disso, a partir da customização da IA, ela poderá segmentar sua análise para certas campanhas mais alarmantes, satisfazendo o time de marketing. Por último, vale ressaltar que **criou** uma independência parcial dos ecossistemas fechados de Cloud, como é o da AWS e o da Google.

Aumentar:

Deve-se destacar que o modelo BT-G3 **aumentou** os atributos “Melhor preço”, pois independe de taxas de requisição de API por ser uma ferramenta interna, “Customização”, pela possibilidade de uso dos próprios modelos, parâmetros e base de treinamento conforme a necessidade e disponibilidade e propriedade do código-fonte. Também, por se tratar de um produto interno, o atributo “Praticidade” foi amplificado pela irrestritividade a sistemas cloud de terceiros, que podem forçar um ecossistema fechado.

Eliminar;

Diante dos parâmetros listados, a equipe desenvolvedora do modelo BT-G3, optou por não incluir integrações com meios tecnológicos, como Power BI, ou coisas do tipo, para nos focarmos no desenvolvimento da análise de sentimentos, entregando os aspectos que estavam no escopo de forma qualitativa.

Reducir

Também foi responsável por **reduzir** o modelo BT-G3 os atributos “Qualidade de treinamento” e “Tecnologia”, visto que os modelos desenvolvidos pelas demais empresas contam com investimentos massivos em treinamento. Em exemplo disso temos o valor estimado de 4 milhões de dólares apenas para o treinamento do modelo GPT-3, desenvolvido pela OpenAI que possui um aporte muito maior para o desenvolvimento da ferramenta comparativamente ao grupo BT-G3.

4.3 Análise Financeira do Projeto

A precificação de um projeto de machine learning envolve vários fatores. Dentre esses fatores, estão:

- o escopo do projeto;
- quantidade de dados a serem processados;
- tempo necessário para a implementação;
- valor agregado que a solução trará ao cliente.

Abaixo estão alguns aspectos que envolvem o projeto a ser desenvolvido:

| Projeto | |
|-------------------------------|--------------------------------------|
| Duração do projeto | 10 semanas (17/04/2023 - 23/06/2023) |
| Número de integrantes do time | 6 integrantes no time |
| Horas totais | 232h 30 min |
| Remuneração por hora | R\$ 13,93 |

Figura 04: Tabela de desenvolvimento

O projeto envolve a análise de sentimento e identificação de palavras-chave em textos de redes sociais, utilizando técnicas de PLN e Machine Learning. O seu desenvolvimento também inclui a coleta de dados, o pré-processamento e análise dos dados, treinamento do modelo de Machine Learning, validação e ajuste do modelo e implementação da solução em um ambiente de produção.

Logo, pela complexidade, necessidade de softwares, número de funcionários, manutenção do sistema e grande carga horária de trabalho, o valor estimado é em torno de R\$150.000,00 - R\$200.000,00.

| Custos | |
|---|----------------|
| Salário de cada técnico de automação júnior | R\$ 3.238,25 |
| Gastos com desenvolvedores (6) | R\$ 19.429,50 |
| Custo total do projeto | R\$ 200.000,00 |
| Disponibilidade em caixa da empresa para o custo do projeto | R\$ 250.000,00 |

Figura 05: Tabela de custeamento do projeto

Considerando esses aspectos, o valor estimado por cliente é de R\$1.250,00 para o uso de uma solução de Data Science podendo ser justificado de diversas maneiras.

Primeiramente, vale ressaltar que a implementação de projetos de machine learning requer um alto grau de especialização e conhecimento técnico. A criação de modelos preditivos, envolve a utilização de algoritmos complexos e a análise de grandes volumes de dados. Portanto, o valor cobrado por uma solução de PLN reflete, a expertise necessária para executar esse tipo de trabalho.

Além disso, é preciso levar em conta o valor agregado que a solução oferece ao cliente. Projetos de machine learning podem trazer insights valiosos para as empresas, permitindo uma melhor tomada de decisão e aumentando a eficiência de processos. Dessa forma, o preço cobrado pode ser visto como um investimento que trará retorno ao cliente no longo prazo.

Em resumo, o valor de R\$1.250,00 por cliente para o uso de uma solução que utiliza a inteligência artificial, é uma forma de especificação justificável, que reflete tanto a expertise necessária para a implementação do projeto quanto o valor agregado que a solução oferece ao cliente.

| Receita | | |
|---------|------------------------|------------------------------|
| Meses | Nº de clientes por mês | Pagamento |
| 1º mês | 1 cliente | 1.250,00 |
| 2º mês | 2 clientes | 2.500,00 |
| 3º mês | 4 clientes | 5.000,00 |
| 4º mês | 6 clientes | 7.500,00 |
| 5º mês | 8 clientes | 10.000,00 |
| 6º mês | 10 clientes | 12.500,00 |
| 7º mês | 12 clientes | 15.000,00 |
| 8º mês | 14 clientes | 17.500,00 |
| 9º mês | 16 clientes | 20.000,00 |
| 10º mês | 18 clientes | 22.500,00 |
| 11º mês | 20 clientes | 25.000,00 |
| 12º mês | 22 clientes | 27.500,00 |
| | | Total: R\$166.250,00 |
| 13º mês | 20 clientes | 25.000,00 |
| 14º mês | 20 clientes | 25.000,00 |
| 15º mês | 22 clientes | 27.500,00 |
| 16º mês | 22 clientes | 27.500,00 |
| | | Total: R\$105.000,00 |
| | | Receita Total: R\$271.250,00 |

Figura 06: Tabela de receita

| Retorno | |
|--|--------------------------|
| Receita que o projeto traz em um período de um ano | R\$ 173.750,00 |
| Receita que recupera o valor investido | 16º mês - R\$ 271.250,00 |

Figura 07: Tabela de retorno

Dado o valor estimado de R\$1.250,00 por cliente e que a cada mês há um aumento de dois clientes, em 1 ano (12 meses), a receita para uma empresa que desenvolve esse tipo de solução seria em média R\$166.250,00.

Considerando que a empresa mantenha o número de clientes como 20 no 13º e 14º mês, e tenha 22 clientes no 15º mês e 16º mês, o total seria uma receita de R\$105.000,00 em 4 meses.

Portanto, em um período de 16 meses, essa empresa já conseguiria ter o retorno do que foi investido inicialmente, tendo uma receita de R\$271.250,00.

Link disponibilizado para análise financeira do projeto:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1anx53miwDWVmi6IDCjUSv-PWB7V6-em45LE6V90IdHE/edit?usp=sharing>

4.4 Value Proposition Canvas

Canvas Proposta de Valor é uma ferramenta de gestão estratégica que auxilia na criação e desenvolvimento de novos produtos, serviços e negócios. Essa ferramenta é dividida em dois blocos: o perfil do cliente e a proposta de valor.

No bloco de proposta de valor, é necessário definir qual é o produto desenvolvido, quais são os principais criadores de ganho que o cliente tem ao adquirir o produto e quais são os aliviadores de dores que o cliente terá. Já no perfil do cliente, deve-se identificar quais são as tarefas que ele irá realizar, quais são os principais ganhos e dores do atual processo.

Abaixo segue o Canvas Proposta de Valor Completo

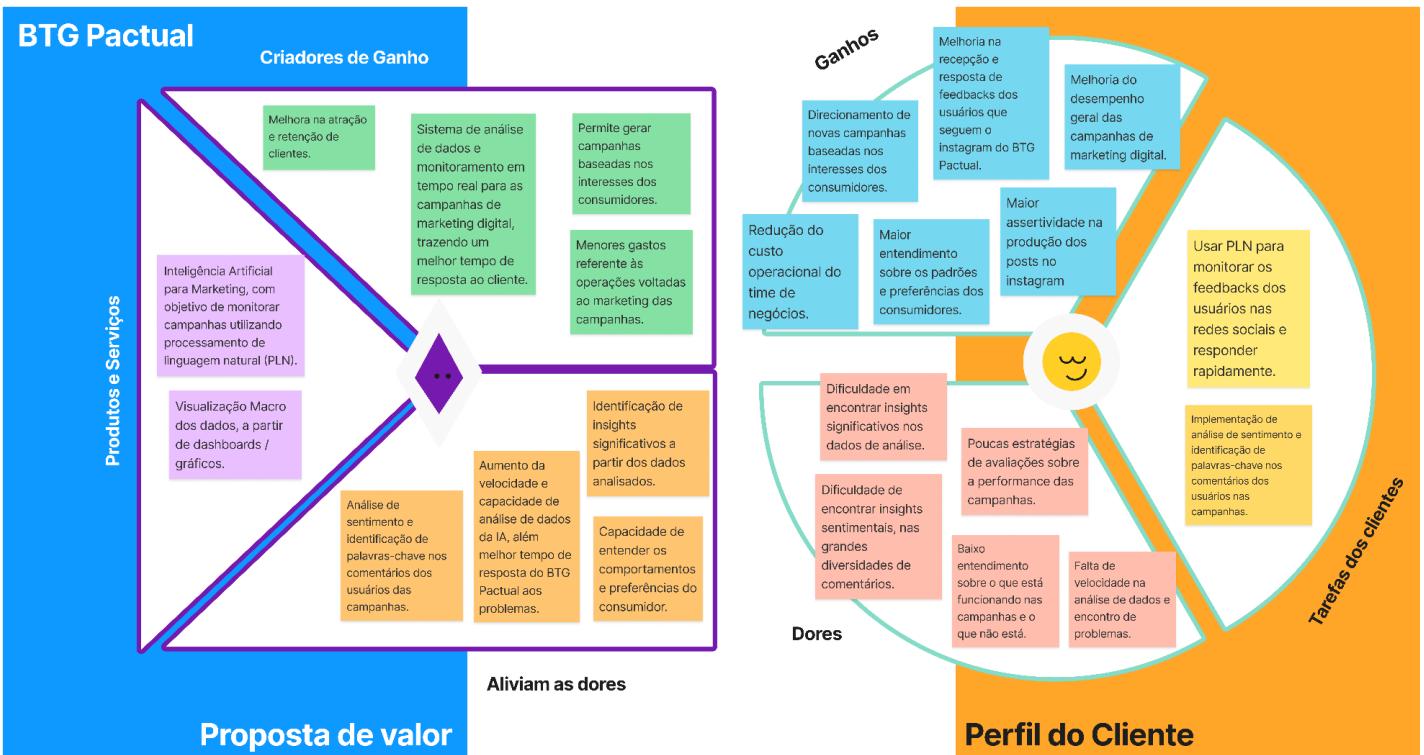


Figura 08: Canvas Proposta de Valor Completo

4.4.1 Proposta de valor:

A solução que está sendo descrita neste documento é a utilização da inteligência artificial para a área de Marketing do BTG Pactual, que tem como objetivo monitorar as campanhas utilizando PLN. Além disso, também será desenvolvida uma visualização macro dos modelos desenvolvidos a partir de dashboards e gráficos.

Os principais criadores de ganhos são:

- Melhora na atração e retenção de clientes: hoje em dia, a área de marketing não consegue entender com clareza as necessidades dos clientes, então eles não conseguem agir antes de perder ou receber menos clientes;
- Sistema de análise de dados e monitoramento em tempo real para as campanhas de marketing digital, trazendo um melhor tempo de resposta ao cliente: hoje em dia, a área de marketing não consegue entender com rapidez as necessidades dos clientes, ou seja, caso tenha algo que não esteja agradando, na maioria das vezes, eles não conseguem agir rápido para resolver;
- Permite gerar campanhas baseadas nos interesses dos consumidores: ter a possibilidade de criar um relacionamento mais personalizado com o cliente, ou seja, caso os usuários estejam pedindo algo específico, a área de produtos pode desenvolvê-lo;
- Menores gastos referente às operações voltadas ao marketing das campanhas: já que o tratamento pode ser mais personalizado e claro, a empresa não gastará recursos para campanhas que provavelmente não irão fazer sucesso.

Os principais aliviadores de dores são:

- Análise de sentimento e identificação de palavras-chaves nos comentários dos usuários das campanhas: como é difícil identificar o que os usuários estão falando, ao não ser que tenha um comentário de alguém influente ou com diversos *likes*, e

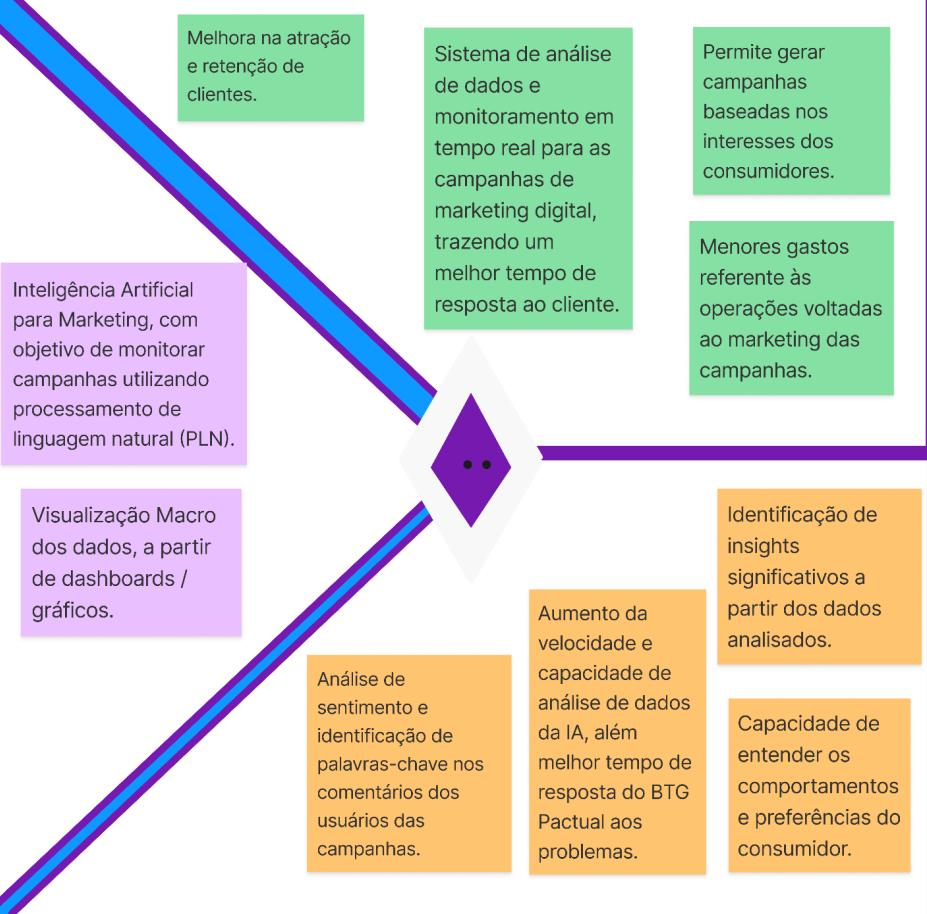
qual é o sentimento gerado, a solução propõe identificar as palavras-chaves para ajudar a análise;

- Aumento da velocidade e capacidade de análise de dados da IA, além melhor tempo de resposta do BTG Pactual aos problemas: como toda a análise é feita por uma pessoa, o colaborador responsável tem que ler cada comentário e *direct* para responder de acordo com a necessidade do usuário, então o processo é demorado;
- Identificação de *insights* significativos a partir dos dados analisados: uma das soluções desenvolvidas é uma interface que será composta por elementos gráficos, tornando mais fácil identificar *insights* sobre as campanhas e seus comentários;
- Capacidade de entender os comportamentos e preferências do consumidor: a grande dificuldade hoje do banco é entender com clareza quais são as necessidades do consumidor, e a solução promove uma visualização clara das necessidades, aliviando essa dor.

BTG Pactual

Criadores de Ganho

Produtos e Serviços



Aleviam as dores

Proposta de valor

Figura 09: Proposta de Valor

4.4.2 Perfil do Cliente:

O cliente deverá realizar algumas tarefas como o uso da solução para monitorar quais necessidades os clientes estão dizendo nas redes sociais e respondê-las. Além disso, implementar a análise de sentimento e identificação das palavras-chaves.

Os principais ganhos são:

- Redução no custo operacional do time de negócios: isso se dá com a automação de um processo hoje feito por uma pessoa, então esse colaborador poderá ser alocado para outra área;

- Direcionamento de novas campanhas baseadas nos interesses dos consumidores: já que a visualização de quais campanhas estão dando certo será mais clara, a área de *marketing* e de produtos poderão direcionar recursos para aquelas que os usuários gostam mais;
- Melhoria do desempenho geral das campanhas de *marketing digital*: como o banco poderá direcionar melhor suas campanhas, isso faz com que o desempenho de campanhas que o público já gosta irá se manter elevado;
- Maior entendimento sobre os padrões e preferências dos consumidores e Maior assertividade na produção dos *posts* no *Instagram*: com a visualização clara de quais são os tópicos que os clientes mais falam sobre, os colaboradores poderão entender padrões de comportamento mais intuitivamente;

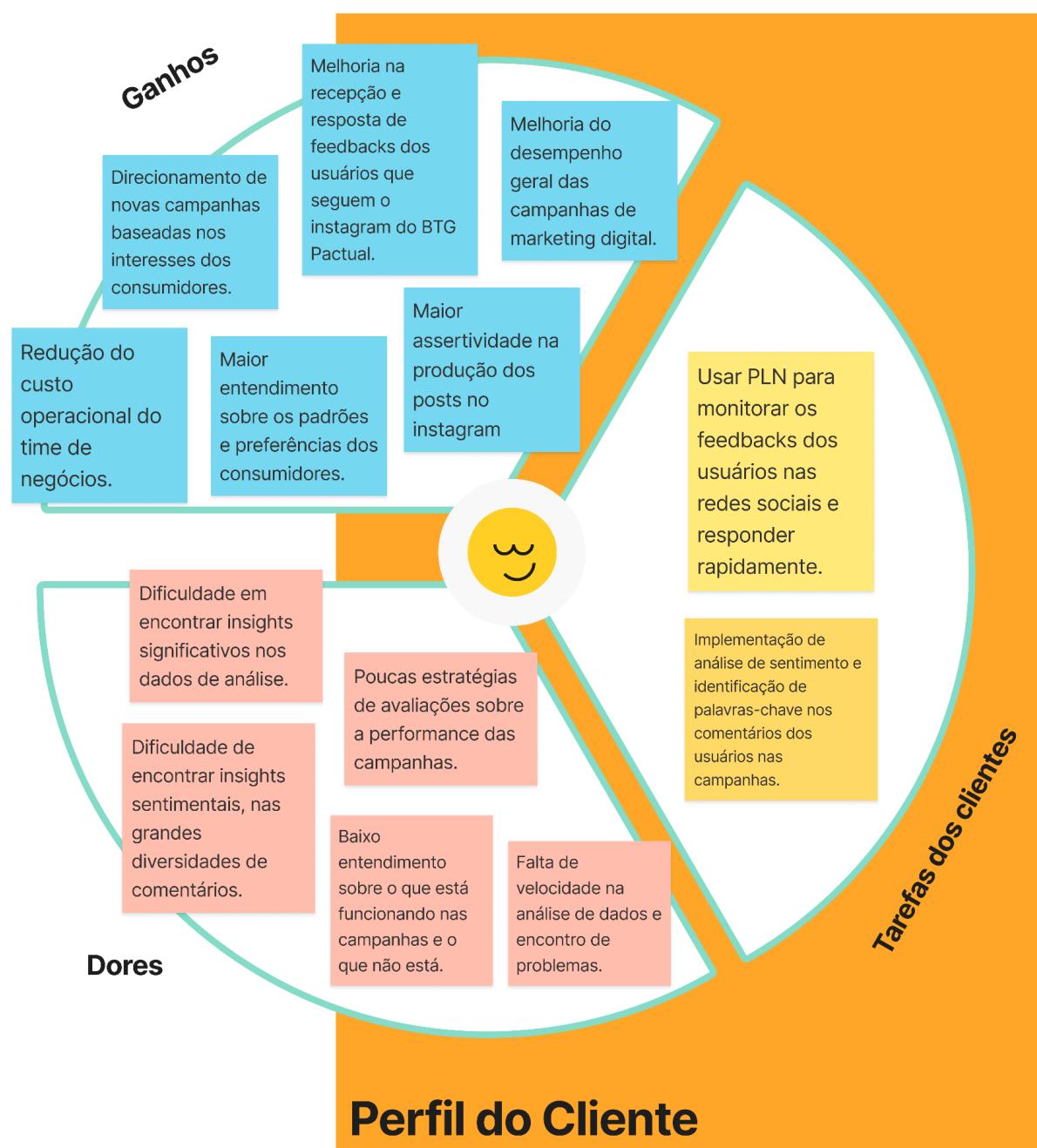


Figura 10: Perfil do Cliente

4.5 Matriz de Risco

A matriz de risco é dividida em duas partes: Ameaças e Oportunidades. A primeira, o grupo que está desenvolvendo aquele projeto deve colocar tópicos que acreditam que são ameaças pensando na entrega do projeto. Já a segunda é o oposto, ou seja, o grupo deve colocar quais tópicos são vistos como positivos dentro do projeto. As duas partes são classificadas de acordo com a sua probabilidade de acontecer (10% até 90%) e qual é o impacto que irá trazer (muito baixo - muito alto).

Essa ferramenta permite que as organizações visualizem e priorizem os riscos de acordo com sua probabilidade e impacto, o que ajuda a tomar decisões mais informadas sobre como gerenciá-los. Por exemplo, riscos com alta probabilidade e alto impacto devem receber mais atenção e esforço de gerenciamento do que aqueles com baixa probabilidade e baixo impacto.

| Probabilidade | Ameaças | | | | | | Oportunidades | | | | |
|---------------|-------------|--------------------------|-----------------------------|-------------------|---|---|--|--|---|-------------|------|
| | 90% | Baixa experiência em PLN | | | | | O time aprimorar e usar conhecimento em Python | | Reducir custo operacional do time de negócios | | |
| 70% | | | Ter que anônimizar os dados | Aumento do escopo | Base de dados sem padronização | O time aprender sobre PLN | | A equipe aprender a utilizar novas ferramentas de tecnologia | | | |
| 50% | | | Baixa precisão do modelo | | Escolha equivocada dos termos | Melhorar a eficiência das campanhas de marketing do BTG | Melhor entendimento das preferências do consumidor | | | | |
| 30% | | | | | | | | | | | |
| 10% | | | | | Não conseguir finalizar o projeto no prazo de tempo Não serem disponibilizadas as bases de dados à tempo | | | | | | |
| | Muito Baixo | Baixo | Moderado | Alto | Muito Alto | Muito Alto | Alto | Moderado | Baixo | Muito Baixo | miro |
| | Impacto | | | | | Impacto | | | | | |

Figura 11: Matriz de risco

O grupo definiu como **ameaças**:

| | | Ameaças | | | | |
|---------------|-----|-------------|--------------------------|-----------------------------|-------------------|---|
| Probabilidade | 90% | | Baixa experiência em PLN | | | |
| | 70% | | | Ter que anonimizar os dados | Aumento do escopo | Base de dados sem padronização |
| | 50% | | | Baixa precisão do modelo | | Escolha equivocada dos termos |
| | 30% | | | | | |
| | 10% | | | | | Não conseguir finalizar o produto a tempo |
| | | Muito Baixo | Baixo | Moderado | Alto | Muito Alto |
| | | Impacto | | | | |

Figura 12: Matriz de risco - Ameaças

- Baixa experiência em PLN - Probabilidade: **90%**; Impacto: Baixo - Apesar do grupo ter pouca experiência, estamos em um ambiente acadêmico e por isso não terá um impacto tão alto;
- Ter que anonimizar os dados - Probabilidade: **10%**; Impacto: Moderado - Depois de conversar com o parceiro, foi combinado que não estaria dentro do nosso escopo a anonimização;
- Baixa precisão do modelo - Probabilidade: **50%**; Impacto: Moderado - Sempre há o risco do modelo não ter a precisão esperada, por ser um MVP e a empresa pode continuar a desenvolvê-lo, o impacto não é alto;
- Aumento do escopo - Probabilidade: **70%**; Impacto: Alto - O grupo acredita que o projeto pode ter um aumento de escopo e caso isso aconteça, o impacto é alto pois altera o planejamento feito;
- Base de dados sem padronização - Probabilidade: **30%**; Impacto: Muito Alto
- Como a base de dados vem do próprio *Instagram*, há comentários que têm caracteres que não vamos levar em consideração no modelo, como emoji, por isso o impacto é muito alto por termos que fazer uma limpeza;
- Escolha equivocada dos termos - Probabilidade: **50%**; Impacto: Muito Alto - Quando o modelo foi rodado, devemos escolher alguns termos macros para reunir outros e o medo do grupo é escolher errado, por isso o impacto é o mais alto possível;

- Não conseguir finalizar o produto a tempo - Probabilidade: **10%**; Impacto: Muito Alto - Apesar de ter esse risco e ele ter um impacto muito alto, o grupo acredita que a chance disso acontecer é muito baixa;

PLANO DE AÇÃO:

- Baixa experiência em PLN -> Garantir que o grupo esteja adquirindo experiência no aprendizado de PLN. (Pedro)
- Ter que anonimizar os dados ->Garantir com o parceiro que os dados já iriam vir anonimizados. (Maria Luísa)
- Baixa precisão do modelo -> Trabalhar e comunicar-se constantemente com o grupo para que seja garantido um bom desenvolvimento da precisão do modelo. (Vitor)
- Aumento do escopo ->Ajustar o trabalho do grupo para que não haja aumento do escopo e garantir um bom desenvolvimento do básico. (Daniel)
- Base de dados sem padronização -> Questionar o cliente para verificar se a base de dados virá “crua” ou padronizada. (Rafael)
- Escolha equivocada dos termos -> Ter sempre em mente o conjunto de termos utilizados para o treinamento do modelo, para uma possível modificação. (Larissa)
- Não conseguir finalizar o produto a tempo -> Garantir a consistência do trabalho do grupo para que o projeto seja finalizado dentro do prazo. (Maria Luísa)

O grupo definiu como **oportunidades**:

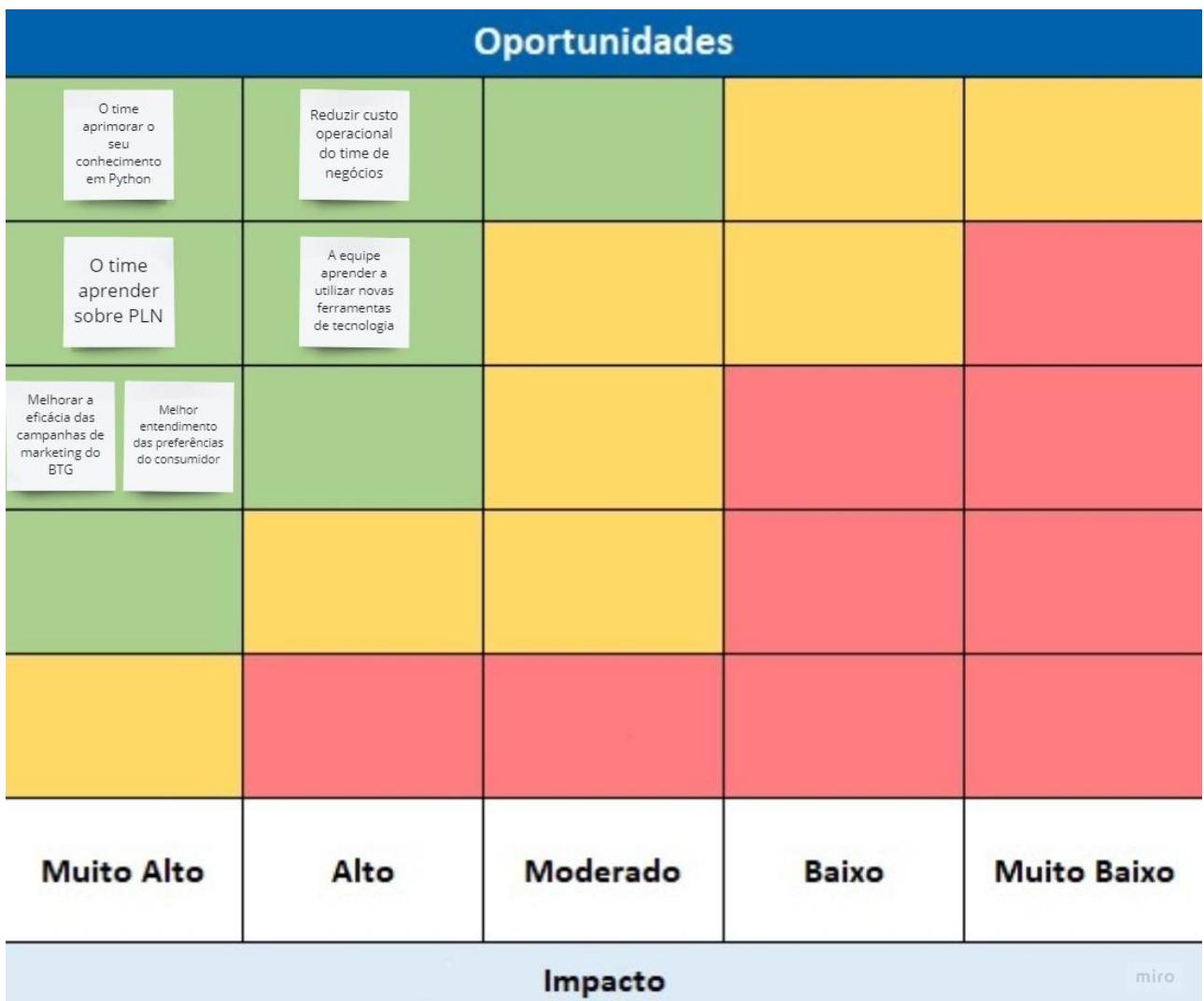


Figura 13: Matriz de risco - Oportunidades

- O time aprimorar o seu conhecimento em Python - Probabilidade: **90%**; Impacto: Muito alto - De acordo com o desenvolvimento do projeto, haverá uma melhoria técnica do grupo, voltada a linguagem Python;
- Reduzir custo operacional do time de negócios - Probabilidade: **90%**; Impacto: Alto - Há uma alta probabilidade de que, com o término do projeto, haja uma redução nos gastos do time de marketing e automações voltados a essa vertente;
- O time aprender sobre PLN - Probabilidade: **70%**; Impacto: Muito alto - Durante as 10 semanas e de acordo com o desenvolvimento do projeto, haverá uma melhoria técnica do grupo, voltada a vertente de PLN, isso pode vir a ajudar com o passar de cada semana;
- A equipe aprender a utilizar novas ferramentas de tecnologia - Probabilidade: **70%**; Impacto: Alto - Durante as 10 semanas e de acordo com o desenvolvimento do projeto, haverá uma melhoria técnica do grupo, em relação ao uso de novas ferramentas (Jupyter Notebook) e novas bibliotecas de código (como o NLTK);
- Melhorar a eficácia das campanhas de marketing do BTG - Probabilidade: **50%**; Impacto: Muito Alto - A equipe tem por objetivo, solucionar a dor do cliente. Isso envolve as campanhas de marketing do BTG, dessa forma, é uma grande

- oportunidade, ter a probabilidade de aumentar a eficácia das campanhas do maior banco da América Latina;
- Melhor entendimento das preferências do consumidor - Probabilidade: **50%**; Impacto: Muito Alto - Busca-se entender as preferências do consumidor, com objetivo de aperfeiçoar o modo que irá ser realizada a entrega final. É de suma importância entender o sentimento dos usuários/clientes, para que se saiba como receber um feedback e responder de forma rápida.

PLANO DE AÇÃO:

- O time aprimorar o seu conhecimento em Python -> Fazer verificações constantes a partir de atividades e etapas do projeto, para analisar a evolução do aprendizado. (Vitor)
- Reduzir custo operacional do time de negócios -> Ao final do projeto, queremos garantir que seja possível ter um plano de redução de gastos a partir da nova IA. (Larissa)
- O time aprender sobre PLN ->Garantir que com o desenvolvimento do projeto, o time aprenda sobre PLN. (Pedro)
- A equipe aprende a utilizar novas ferramentas de tecnologia ->Mostrar ao time novas tecnologias e meios de desenvolvimento. (Pedro)
- Melhorar a eficácia das campanhas de marketing do BTG ->Ao final do projeto, é de suma importância garantir que a IA seja de fácil uso para o time de marketing montar novas estratégias e melhorar as campanhas cada vez mais. (Maria Luisa)
- Melhor entendimento das preferências do consumidor -> Com o desenvolver do projeto, queremos estruturá-lo de forma que seja possível, com as coletas de dados, entender as necessidades do consumidor. (Rafael e Daniel)

5. Análise de Experiência do Usuário

5.1 Personas

Personas é uma técnica comum de pesquisa de mercado e design de experiência do usuário (UX), que tem como função o entendimento das necessidades, desejos, objetivos e comportamentos de um determinado grupo de pessoas. Com esse conhecimento, os desenvolvedores conseguem criar soluções mais adequadas, já que é possível entender melhor as dores, comportamentos e motivações dos usuários.

A primeira Persona apresentada é o Marcos Santos, analista de Marketing do BTG Pactual. Conversando com os stakeholders foi entendido que a pessoa que ocupa esse cargo sente que as estratégias sobre as performances das campanhas que o banco faz, não é claro para ele, sendo assim ele não consegue ter uma visualização intuitiva do processo. Em consequência desse fato, a equipe de marketing não consegue entender quais são as campanhas que já estão fazendo sucesso e as que não, para assim medir recursos para cada uma. Por último, o tópico mais difícil é entender quais são os sentimentos que os usuários estão tentando demonstrar por meio dos comentários e

mensagens, para assim criar um serviço personalizado. Para resolver as dores, a solução proposta possui uma visualização macro, para ver o andamento e sucesso das campanhas, e uma micro, para entender quais são as necessidades dos clientes naquela campanha.



NOME: Marcos Santos

IDADE: 32 anos

GÊNERO: Masculino

OCUPAÇÃO: Analista de Marketing

BIOGRAFIA

Marcos é um profissional de marketing digital que trabalha no BTG Pactual. Ele cresceu no interior de São Paulo, estudou marketing na faculdade USP e se destacou em agências de marketing antes de ser contratado pelo banco. No BTG Pactual, ele lidera a equipe de marketing digital e é responsável por desenvolver estratégias para aumentar a presença online e atrair mais clientes.

CARACTERÍSTICAS

- Comunicativo;
- Criativo;
- Habilidade analítica;
- Visão estratégica;

DORES

- Atualmente tem poucas estratégias de avaliação com relação a performance das campanhas.
- Possui um baixo entendimento sobre o que está sendo efetivo nas campanhas e o que não está, das estratégias já existentes.
- Possui dificuldade em realizar uma análise aprofundada a respeito dos sentimentos e o engajamento dos seguidores do Instagram do BTG Pactual.

FORMAÇÃO

- SUPERIOR EM MARKETING PELA USP COM PÓS GRADUAÇÃO NA ÁREA DE TECNOLOGIA PELA FGV.

NECESSIDADES

- Marcos necessita de uma melhoria do engajamento dos usuários que seguem o Instagram do BTG Pactual.
- Necessita de uma solução que traga entendimento sobre os comportamentos e preferências do consumidor.
- Deseja ter uma visualização macro e micro em relação aos dados, a partir de dashboards/gráficos.
- Necessita de uma melhoria no desempenho geral das campanhas de marketing digital.

Figura 14: Persona 1

A segunda Persona é a Gabriela Ferreira, que trabalha como analista de produtos do BTG Pactual, e com o processo atual da empresa, ela acaba sofrendo de algumas dores, como por exemplo a dificuldade de identificar quais produtos os clientes gostariam de obter de forma prática e visual. Além disso, é importante, para os analistas, que os produtos que já estão no mercado, recebam algum tipo de feedback, para assim ser possível de entender quais foram os motivos para o sucesso / falha. Para isso, a solução promove uma ferramenta onde é possível visualizar quais foram os sentimentos das pessoas de acordo com a campanha e, consequentemente, o produto.



Figura 15: Persona 2

A terceira e última Persona é o Amir Abdullah, técnico de automação do BTG Pactual, que será responsável pela manutenção e atualização do banco de dados da solução. Para ele, as dores estão mais relacionadas com o banco de dados, ou seja, a falta de métricas, de organização e de tratamento de emojis são as principais dores. Para resolver isso, o modelo tem uma etapa de pré - processamento que irá estruturar, organizar e limpar os dados.

AMIR ABDULLAH

TÉCNICO DE AUTOMAÇÃO



NOME: Amir Abdullah

IDADE: 29 anos

GÊNERO: Masculino

OCUPAÇÃO: Técnico de Automação do BTG Pactual

BIOGRAFIA

Amir vem de uma família de imigrantes, trabalha no BTG Pactual há 5 anos, e recentemente teve uma promoção na área de Automação. Ele é responsável por desenvolver e manter sistemas automatizados utilizados nas operações de trading e investimentos do banco. Possui uma grande habilidade em implementar soluções eficientes. Em seu tempo livre, seu hobby favorito é escalar montanhas e viajar para fazenda de sua família.

CARACTERÍSTICAS

- Curioso;
- Paciente;
- Detalhista;
- Observador.

DORES

- Não existe um tratamento de emoticons no sistema de análise de sentimentos;
- Falta de métricas e dados organizados;
- Dificuldade de compreensão de um escopo micro dos dados, além do entendimento aprofundado sobre os sentimentos dos clientes do BTG.

FORMAÇÃO

- BACHARELADO EM CIÊNCIAS DA COMPUTAÇÃO
- MESTRADO EM CIÊNCIA DE DADOS

NECESSIDADES

- Precisa de um sistema capaz de realizar a análise de comentários das campanhas de marketing do BTG, identificando e classificando a intenção de cada comentário
- Necessita de um sistema mais eficaz e preciso para o entendimento de emoções.
- Deseja obter insights significativos a partir dos dados analisados, para um melhor direcionamento das campanhas, obtendo um melhor engajamento.

Figura 16: Persona 3

5.2 Jornadas do Usuário

Jornada do usuário é o caminho que um cliente percorre ao interagir com um produto ou serviço, desde a descoberta até a finalização. É importante entender essa jornada para melhorar a experiência do usuário de acordo com suas dores e

responsabilidades, a fim de que o planejamento não se torne apenas um mapeamento de processos, mas um mapa de valor.

Jornada 1 - Analista de Marketing:

No caso abaixo, a jornada está dividida em 5 fases:

1. Identificação com o problema - o cliente entende quais são suas dores;
2. Descoberta- onde o cliente é exposto ao produto;
3. Utilização do modelo - o cliente começa a utilizar a solução;
4. Compreensão dos dados - o cliente começa a entender o que os dados estão mostrando à ele;
5. Ajustes - a solução cumpre o seu papel e o marketing consegue ajudar de acordo com as necessidades dos clientes.

A primeira Jornada do Usuário é sobre o Marcos Santos, que espera que a solução consiga trazer uma melhoria na área de Marketing e que a empresa consiga entender cada dia mais sobre suas campanhas. Ele acredita que, com a solução, a obtenção de dados se torna mais valiosa, sendo capaz de transformar a maneira como o Marketing atua dentro da empresa.



Marcos Santos

Cenário: Marcos necessita de uma solução que faça uma análise de sentimento dos dados e que forneça insights sobre o comportamento e preferências dos usuários que seguem o Instagram do BTG Pactual.

Expectativas

Marcos espera uma melhoria do engajamento dos usuários que seguem o instagram do BTG Pactual e no desempenho geral das campanhas de marketing digital.

| FASE 1 (Identificação do problema) | FASE 2 (Descoberta da solução) | FASE 3 (Utilizando o modelo de PLN) | FASE 4 (Compreensão dos dados a partir da IA) | FASE 5 (Ajustes nas campanhas de marketing) |
|--|--|---|--|---|
| <p>1. Baixo entendimento sobre quais elementos das campanhas estão gerando resultados positivos e quais não estão.</p> <p>2. Dificuldade em encontrar informações sentimentais significativas em meio a uma grande variedade de comentários.</p> | <p>1. Utilizar Inteligência Artificial para Marketing, com objetivo de monitorar campanhas utilizando processamento de linguagem natural (PLN).</p> <p>2. Solução de análise de sentimento e identificação de palavras-chave.</p> <p>Essa análise poderá ser realizada com o uso de algoritmos de aprendizado de máquina</p> | <p>1. Em uma interface, será possível visualizar os resultados que a inteligência artificial terá gerado sobre os dados analisados.</p> <p>2. O dashboard mostrará as informações sentimentais coletadas, permitindo uma fácil compreensão dos insights gerados pela ferramenta.</p> <p>Muito bom ter a visualização sobre os dados, a partir de dashboards/gráficos.</p> | <p>1. A partir da análise feita com PLN, será possível o entendimento sobre o que das campanhas tem sido positivo e o que tem sido negativo.</p> <p>É possível um maior entendimento sobre os padrões e preferências dos consumidores.</p> | <p>1. A partir das informações obtidas com a utilização do PLN, será possível um melhor direcionamento de novas campanhas baseadas nos interesses dos consumidores.</p> <p>2. As postagens serão mais assertivas e atrativas para os usuários do instagram, além do aumento do engajamento.</p> |

Oportunidades

As oportunidades seriam obter informações valiosas sobre a preferência e comportamento dos usuários. Com isso, seria possível a identificação dos tipos de conteúdo que geram maior engajamento, bem como os pontos fracos que precisam ser melhorados, resultando em um aumento geral do engajamento e desempenho das campanhas.

Responsabilidades

A responsabilidade será atribuída tanto pelos desenvolvedores do modelo de processamento de linguagem natural (PLN), quanto dos analistas de marketing que utilizarão essa ferramenta para melhorar a eficiência das campanhas do instagram do BTG Pactual.

miro

Figura 17: Jornada de usuário 1

Jornada 2 - Analista de Produto:

No caso abaixo, a jornada está dividida nas seguintes fases:

1. Criação e divulgação de um novo produto - escolha e desenvolvimento de um produto;
2. Identificação de problemas e sugestões - referente à campanha do produto desenvolvido;
3. Recolhimento de feedbacks do público - rastreamento e coleta dos dados;
4. Criação de um novo produto ou melhoria do próprio - a partir dos dados, buscar melhorias e/ou inovações;
5. Nova campanha de divulgação do produto - a partir da melhoria ou inovação, fazer uma nova campanha.

A segunda Jornada do Usuário é sobre a Gabriela Ferreira, que espera que a solução consiga trazer uma melhoria na área de Produtos e que junto com a área de Marketing consigam entender cada dia mais sobre as necessidades do cliente. Ela acredita que, com a solução, a obtenção de dados se torna mais valiosa, sendo capaz de transformar como a empresa trata o desenvolvimento de novos produtos ou a melhoria daqueles que já existem.



Gabriela Ferreira

Cenário: Necessita de uma ferramenta que monitore e notifique demandas feitas nas redes sociais em relação a um novo produto divulgado, ou algum já existente, em campanhas de marketing, permitindo uma atuação rápida para impulsionar o hype.

Expectativas

Receber feedbacks rápidos e práticos dos produtos que foram divulgados pelas campanhas de marketing, para agir rapidamente em qualquer situação.

| FASE 1 (Criação e divulgação de um novo produto) | FASE 2 (Identificação de problemas e sugestões) | FASE 3 (Recolhimento de feedbacks do público) | FASE 4 (Criação de um novo produto ou melhoria do próprio) | FASE 5 (Nova campanha de divulgação do produto) |
|--|---|---|--|---|
| 1. Após identificar uma oportunidade de mercado de acordo com as demandas de cliente, a equipe de desenvolvimento do BTG desenvolverá o novo produto; 2. É definida uma estratégia de lançamento, para que seja publicado a campanha de um novo produto nas redes sociais do BTG. | 1. Baixo monitoramento do lançamento e identificação de problemas e sugestões dos usuários; 2. Dificuldade em categorizar os problemas e sugestões, a fim de entender os principais problemas dos usuários e sugestões relevantes para campanha. | 1. Definição dos objetivos da coleta de feedback, como tendências que devem ser observadas para criação do novo produto, da campanha e o que deve ser descartado; 2. Análise dos resultados com o intuito de identificar o que melhorar, pontos fortes e fracos e sugestões para melhorias do produto. | 1. Com base nos resultados da análise, será realizada a implementação de melhorias do produto existente; 2. Após a realização de testes e avaliação desse novo produto, será desenvolvida a versão final. | 1. Com base nos resultados gerados pela análise dos comentários, é realizado uma nova campanha de divulgação do novo produto sugerido pelo público. |

Oportunidades

As oportunidades serão que os analistas de produto terão uma análise mais precisa sobre os feedbacks das postagens do BTG, portanto terão seus comentários filtrados para a melhora do produto e de sua campanha.

Responsabilidades

O analista de produto deve entender as necessidades dos clientes e identificar oportunidades de lançamento do novo produto, além de desenvolver um novo conceito de produto que atenda às necessidades dos clientes.

miro

Figura 18: Jornada de usuário 2

Jornada 3 - Técnico de Automação:

No caso abaixo, a jornada está dividida nas seguintes fases:

1. Recolhimento dos dados - Rastreamento e coleta de dados;
2. Pré-processamento dos dados - transferência dos dados e tratamento dos mesmos;
3. Criação e modelagem da IA - Desenvolvimento da IA e utilização da mesma;
4. Revisão e validação dos resultados - Obter resultados e validá-los;
5. Interface de visualização e envio para o Marketing - Meio de visualização final dos dados;

A terceira Jornada do Usuário é sobre Amir Abdullah, que espera que a solução consiga trazer uma melhoria na área de Automação, a partir de uma melhor visualização dos dados, e que junto com a área de Marketing consigam entender cada dia mais sobre as necessidades do cliente. Ele acredita que, com a solução, a obtenção de dados das campanhas de Marketing pode mudar o direcionamento/acompanhamento da empresa.



Amir Abdullah

Cenário: Amir necessita de um sistema capaz de realizar a análise de sentimento nos comentários das campanhas de marketing do BTG, que os classifica em 3 categorias: positivo, negativo e neutro, e com isso entender as necessidades dos usuários.

Expectativas

Amir espera automatizar o entendimento das reações do público em relação as campanhas de marketing e obter insights significativos a partir dos dados analisados.

| FASE 1 (Recolhimento dos dados) | FASE 2 (Pré-processamento dos dados) | FASE 3 (Criação e modelagem da IA) | FASE 4 (Revisão e validação dos resultados) | FASE 5 (Interface de visualização e envio para o Marketing) |
|--|---|---|---|---|
| <p>1. A API coleta os comentários das postagens do perfil do BTG e os coloca em uma base de dados.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;">Gostaria de receber os comentários coletados em um banco de dados</div> | <p>1. Os dados serão transferidos manualmente do banco de dados para o ambiente de tratamento;</p> <p>2. Um desenvolvedor realiza a normalização dos dados.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;">Gostaria tratar os dados coletados para serem utilizados futuramente na criação do modelo preditivo</div> | <p>1. Criação e desenvolvimento da IA;</p> <p>2. Escolha dos requisitos e métricas para treinamento da IA;</p> <p>3. Testes de precisão.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;">Gostaria de ter um sistema capaz de realizar a análise de sentimentos completa dos comentários</div> | <p>1. Obtenção dos resultados de teste e visualização da precisão;</p> <p>2. Após a validação, para casos de falha da IA há a necessidade de retornar para a FASE 3.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;">Gostaria de obter os resultados do teste, e verificar se é necessário realizar os testes novamente</div> | <p>1. Um Dashboard contendo os resultados e a precisão atingida pelo modelo;</p> <p>2. Envio dos resultados para a área de marketing</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;">Com isso, posso criar uma interface de visualização, para enviar à área de marketing</div> |

Oportunidades

A grande oportunidade é que os analistas de marketing terão uma análise mais precisa sobre os comentários das postagens do BTG, que os separa entre positivo e negativo. Com isso, será possível criar Dashboards precisos e assim, aumentar a relevância de futuras postagens.

Responsabilidades

A responsabilidade será atribuída para os desenvolvedores que irão utilizar o sistema de análise dos dados. Já o sistema é responsável por realizar todo o processo de tratamento e processamento dos dados, além de uma interface de visualização.

miro

Figura 19: Jornada de usuário 3

5.3 User Stories

User stories são descrições curtas e simples de funcionalidades que um usuário precisa para alcançar um objetivo específico em relação a um produto ou sistema. Elas

ajudam fornecendo uma descrição clara e concisa dos requisitos que o sistema deve ter, mantendo o foco na solução das dores do usuário.

Esse modelo é dividido em: 1. Número - usado para a identificação; 2. Título - também usado para a identificação; 3. Personas - cita quais pessoas estão envolvidas nessa user story; 4. História - descrição da funcionalidade; 5. Critérios de aceitação - quais são as etapas necessárias para que a história aconteça; 6. Testes de aceitação - verificações de aceite e recusa caso algo aconteça.

| | |
|-------------------------------|---|
| Número | 01 |
| Título | Pré - processamento |
| Personas | Amir Abdullah - Técnico de Automação |
| História | Eu, como técnico de automação, quero poder realizar o pré-processamento com uma base maior de dados, para que eu consiga atualizar frequentemente as análises. |
| Critérios de aceitação | <ul style="list-style-type: none"> 1. Entendimento dos dados 2. Limpeza 3. Análise 4. Organização / Estruturação |
| Testes de aceitação | <p>Critério 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Todas as colunas foram processadas <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, começar o próximo critério - Recusou: Errado, analisar origem do erro e resolvê-lo - Todas as linhas foram processadas <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, começar o próximo critério - Recusou: Errado, analisar origem do erro e resolvê-lo <p>Critério 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - O código executa todas as técnicas de pré processamento sem erros <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, começar o próximo critério - Recusou: Errado, revisar o código - O código executa uma (ou mais) técnica (s) de pré processamento com erros <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Errado, revisar o código - Recusou: Correto, começar o próximo critério <p>Critério 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Todos os elementos gráficos para a análise foram executados com sucesso {elementos gráficos: infográficos; tabelas; gráficos} <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, começar o próximo critério - Recusou: Errado, revisar o código - A Persona conseguiu tirar insights dos dados <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, começar o próximo critério - Recusou: Errado, revisar o código ou analisar novamente |

| | |
|--|---|
| | <p>Critério 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Os dados foram estruturados e transformados em valores numéricos apenas <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, começar a próxima user story; - Recusou: Errado, revisar se o processo de tokenização foi realizado. |
|--|---|

Tabela 01: User Story 01

Com a base de dados devidamente preparada, é então possível o desenvolvimento dos modelos de processamento de linguagem natural:

| | |
|-------------------------------|---|
| Número | 02 |
| Título | Modelagem |
| Personas | Amir Abdullah - Técnico de Automação |
| História | <p>Eu, como técnico de automação, quero fazer a modelagem dos dados, separando os dados em treino e teste, para poder validar o modelo e os parâmetros usados.</p> |
| Critérios de aceitação | <ol style="list-style-type: none"> 1. Separação dos dados em teste e treino 2. Exposição dos resultados |
| Testes de aceitação | <p>Critério 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Os dados foram separados em amostra de treino e teste entre os intervalos 80/20 e 70/30: <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, começar o próximo critério. - Recusou: Errado, revisar os intervalos descritos no código. <p>Critério 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - O modelo foi treinado apenas com os tokens de treino <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, realizar o segundo teste. - Recusou: Errado, o .fit deve ser realizado apenas nos tokens de treino. - O modelo foi treinado incluindo os tokens de treino <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Errado, revisar o código. - Recusou: Correto, avançar para a user story 3 |

Tabela 02: User Story 02

Depois da modelagem, deve ser avaliado e comparado os modelos para a prevalência dos melhores modelos com os melhores parâmetros:

| | |
|-------------------------------|--|
| Número | 03 |
| Título | Validação |
| Personas | Amir Abdullah - Técnico de Automação |
| História | Eu, como técnico de automação, quero fazer a validação dos resultados gerados para poder comparar a acurácia das diferentes épocas e diferentes modelos existentes |
| Critérios de aceitação | <ol style="list-style-type: none"> 1. Análise de métricas 2. Escolha do melhor modelo 3. O modelo deve ter os hiperparâmetros ajustados |
| Testes de aceitação | <p>Critério 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - O conjunto de teste foi usado para determinar sua precisão e desempenho geral. <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, realizar o segundo teste. - Recusou: Errado, revisar o código. - O conjunto de teste não foi usado para determinar sua precisão e desempenho geral. <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Errado, revisar o código. - Recusou: Correto, começar o próximo critério. <p>Critério 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - O modelo foi escolhido conforme o melhor desempenho em perda e acurácia. <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, começar o próximo critério. - Recusou: Errado, revisar a escolha do modelo <p>Critério 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diferentes hiperparâmetros foram testados para a escolha do conjunto ideal <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, avançar para a user story 4. - Recusou: Errado, revisar o código. |

Tabela 03: User Story 03

Posteriormente, os times de produto e marketing poderão usufruir da automatização de análises provenientes do modelo:

| | |
|-----------------|--|
| Número | 04 |
| Título | Visualização dos dados - desenvolvimento |
| Personas | Gabriela Ferreira - analista de produtos |

| | |
|-------------------------------|--|
| História | Eu, como analista de produtos, quero ter uma visualização objetiva com <i>insights</i> sobre as necessidades e sentimento dos clientes, para que me apoie no processo de elaboração de novos produtos. |
| Critérios de aceitação | <ol style="list-style-type: none"> 1. Desenvolvimento da interface 2. Ranking de palavras-chaves 3. Todas as palavras-chaves são relevantes |
| Testes de aceitação | <p>Critério 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acesso a interface com os elementos gráficos sem problemas: <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, começar o próximo critério. - Recusou: Errado, verificar a disponibilidade do site. - A interface mostra os gráficos dentro do padrão: <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, avançar para a User Story 5 - Recusou: Errado, revisar o código ou a conexão com a <i>Internet</i>. <p>Critério 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A interface exibe as 5 palavras-chave mais mencionadas pelos comentários das campanhas: <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, avançar para a User Story 5 - Recusou: Errado, revisar o código. <p>Critério 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De 5 palavras-chave escolhidas, nenhuma é semântica recorrente de frases em qualquer outro contexto, ou seja, irrelevante. <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto, avançar para a User Story 5. - Recusou: Errado, ajustar o modelo. |

Tabela 04: User Story 04

Apesar da mesma interface e mesma análise, o analista de marketing e a analista de produtos têm prioridades diferentes de visualização na plataforma por se tratar de dores distintas.

| | |
|-----------------|--|
| Número | 05 |
| Título | Visualização dos dados |
| Personas | Marcos Santos - analista de marketing |
| História | Eu, como analista de marketing, quero poder acessar a interface de forma imediata, para que eu tenha acesso às análises de comportamento e palavras-chave das demandas no Instagram. |

| | |
|-------------------------------|---|
| Critérios de aceitação | <ol style="list-style-type: none"> 1. Rastreamento dos sentimentos por campanha 2. Comparação de sentimentos entre campanhas |
| Testes de aceitação | <p>Critério 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A interface exibe um escopo macro dos sentimentos dos clientes por campanha <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto. - Recusou: Errado, revisar o código. <p>Critério 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A interface exibe uma comparação entre campanhas para estabelecer o produto mais bem sucedido <ul style="list-style-type: none"> - Aceitou: Correto. - Recusou: Errado, revisar o código. |

Tabela 05: User Story 05

6. Análise descritiva

6.1 Introdução

A análise descritiva é uma técnica estatística que pode ser aplicada em diferentes áreas, incluindo a análise de sentimentos. No contexto do projeto proposto pelo BTG de análise de sentimentos realizado a partir de comentários de usuários em publicações no *Instagram* do banco, a análise descritiva é utilizada para descrever e resumir as principais características dos dados coletados.

Por meio desta, é possível obter informações sobre: 1. O número total de comentários coletados; 2. A distribuição de sentimentos positivos, negativos e neutros expressos pelos usuários; 3. As palavras mais frequentes nos comentários; 4. Os usuários que mais realizaram comentários. Essas informações são cruciais para compreender melhor a percepção dos usuários em relação ao banco e para orientar futuras estratégias de comunicação e relacionamento com o público, garantindo uma maior assertividade em futuras publicações do banco BTG.

6.2 Método

Os comentários realizados pelos usuários nas publicações do banco BTG são uma fonte valiosa de informações para entender como os clientes se sentem em relação aos serviços oferecidos pela instituição financeira. Para realizar a análise desses

dados, foram utilizados diversos métodos de tratamento de dados, que serão descritos no tópico 6.2.2 Pré - processamento.

Para visualizar as informações de maneira clara e acessível, foram utilizados gráficos de barra e pizza. Os gráficos de barra foram utilizados para a visualização das palavras mais frequentes encontradas nos comentários; identificação dos autores mais ativos e o tipo de sentimento causado (positivo, neutro ou negativo). Já nos gráficos de pizza destacam os tipos de interação mais utilizados, alternando entre comentários, menções e replies e também tipos de sentimentos expressos pelos usuários. Para realizar a análise e a visualização desses dados, foram utilizadas bibliotecas como: Matplotlib, que é uma biblioteca de visualização de dados em Python, além de bibliotecas notáveis como é o caso do pandas, numpy e a nltk. Com essas ferramentas, foi possível obter insights valiosos sobre a percepção dos clientes em relação ao Banco BTG e identificar áreas que precisam de melhorias.

6.3 Resultados

Na análise descritiva dos dados, foram explorados 2 tipos de gráficos: gráficos de pizza e barras. Utilizando técnicas de visualização, foi possível apresentar informações relevantes e obter *insights* sobre os dados em questão. Abaixo serão descritos os gráficos e os resultados obtidos.

6.3.1 Autores

A seguir é mostrado o código utilizado para plotar o primeiro gráfico de barras, com o objetivo de demonstrar quais são os usuários (autores) que mais comentam nos *posts* do BTG Pactual.

```
autor_counts = data_limpo['autor'].explode().value_counts()
plt.figure(figsize=(10, 6))
autor_counts.head(20).plot(kind='bar')
plt.xlabel('Autores')
plt.ylabel('Contagem')
plt.title('Autores que mais comentam')
plt.show()
```

Na primeira linha é criada uma nova variável chamada autor_counts. Ela utiliza a coluna "autor" do *dataframe* data_limpo. A função explode() é aplicada para transformar uma coluna de listas em várias linhas, e em seguida, a função value_counts() é aplicada para contar a ocorrência de comentários daqueles usuários. A segunda linha especifica um tamanho para a figura.

Na terceira linha é utilizado o head(20) para selecionar somente os 20 primeiros valores da variável autor_counts. Em seguida, o método plot é chamado com o parâmetro kind= 'bar', indicando que um gráfico de barras deve ser criado.

Na quarta e quinta linha é criado um rótulo no eixo x e y do gráfico com o texto "Autores" e "Contagem", respectivamente. Na sexta linha é definido qual é o título do gráfico: "Autores que mais comentam". Por último, a sétima linha exibe o gráfico abaixo.

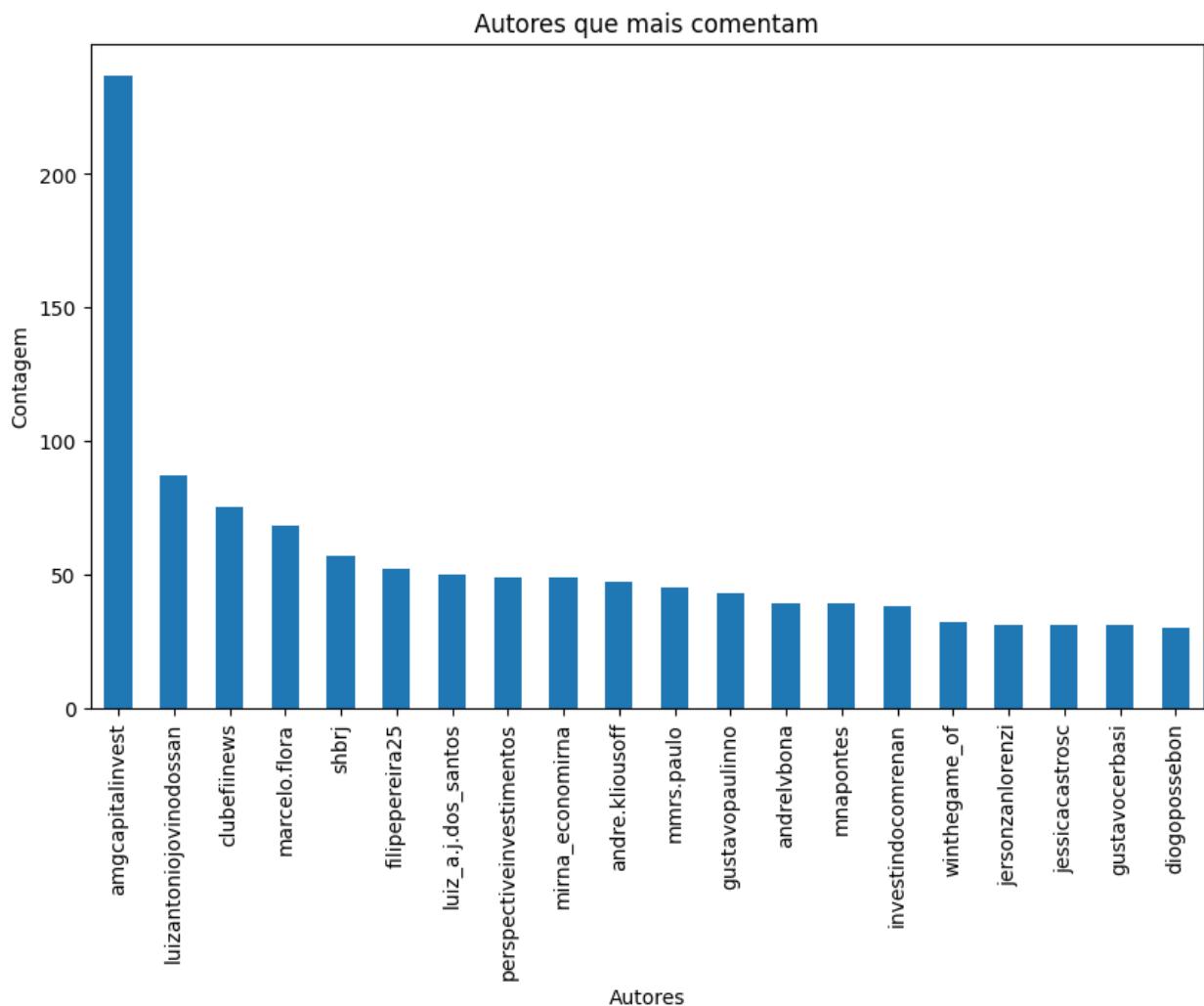


Figura 20: Gráfico “Autores que mais comentam”

Com esse gráfico foi possível observar que, na maioria das vezes, tem um padrão muito claro de frequência de comentários, o que significa que a empresa mantém um público específico que também é muito engajado. Apesar disso, foi criada a hipótese de que, pelo fato do primeiro usuário (@amgcapitalinvest) ser uma empresa credenciada pelo BTG, ela marca o banco nos seus posts, referenciando os créditos, é possível interpretar que talvez não sejam somente comentários.

6.3.2 Palavras mais frequentes

A seguir é mostrado o código utilizado para plotar o segundo gráfico de barras, com o objetivo de demonstrar quais são as palavras mais frequentes utilizadas nos comentários.

```
word_counts = data_limpo['texto_tratado'].explode().value_counts()
plt.figure(figsize=(10, 6))
word_counts.head(20).plot(kind='bar')
plt.xlabel('Palavra')
plt.ylabel('Contagem')
plt.title('Top 20 Palavras Mais Frequentes')
```

```
plt.show()
```

O código se inicia criando uma nova variável chamada `word_counts`. Ela utiliza a coluna "texto_tratado" do `dataframe` `data_limpo`. Em seguida, a função `explode()` é aplicada para transformar uma coluna de listas em várias linhas, onde cada valor da lista é tratado como uma nova observação. Por fim, a função `value_counts()` é utilizada para contar a ocorrência de cada palavra e gerar a contagem de palavras.

A seguir, a segunda linha cria uma nova figura de plotagem com o tamanho específico, para que se torne melhor a aparência visual. A terceira linha seleciona os primeiros 20 valores da variável `word_counts` utilizando o método `head(20)`. Além disso, é utilizado o método `plot` com o parâmetro `kind= 'bar'`, indicando o tipo do gráfico a ser gerado, nesse caso o de barras.

A quarta, quinta e sexta linha são utilizadas para definir as legendas, eixo x e y (quarta e quinta linha) e o título (sexta linha). Por último, o método `plt.show()` exibe o gráfico abaixo.

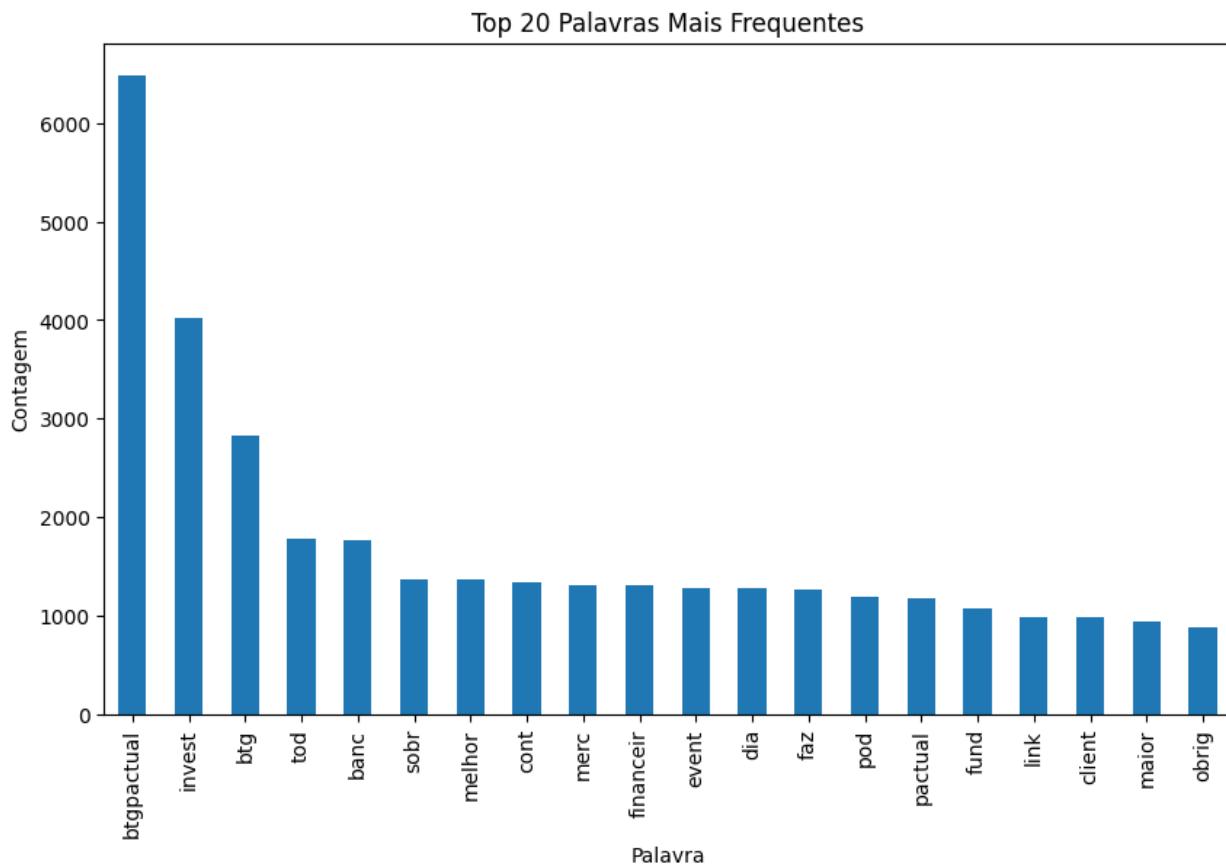


Figura 21: Gráfico “Top 20 palavras mais frequentes”

Com esse gráfico é possível observar que entre as 20 palavras, 7 delas estão diretamente relacionadas ao banco: “btgpactual”, “invest”, “btg”, “banc”, “merc”, “financeir”, “pactual”. Isso pode significar que geralmente as pessoas estão respondendo o post com os assuntos neles descritos, que, na maioria das vezes, tem como tema o mercado financeiro. Além disso, foi criada uma hipótese que a palavra “btgpactual” se diz respeito à marcação da conta do banco e não necessariamente falando sobre ele, já que as palavras: “btg” e “pactual” estão entre as 20 palavras mais frequentes.

6.3.3 Tipos de interação

A seguir é mostrado o código utilizado para plotar o terceiro gráfico, que com o objetivo de demonstrar a diferença entre os tipos de interação presentes no *dataframe*.

```
count_interactions = data_limpo['tipoInteracao'].value_counts()
plt.figure(figsize=(8, 6))
count_interactions.plot(kind='pie', autopct='%1.1f%%')
plt.title('Tipos de Interação')
plt.ylabel('')
plt.show()
```

Na primeira linha, é criada uma nova variável chamada count_interactions, que tem como função utilizar a coluna "tipoInteracao" do *dataframe* data_limpo. E com isso, a função value_counts() é aplicada para contar a ocorrência de cada tipo de interação. A seguir é especificado qual é o tamanho do gráfico.

Na terceira linha, a variável count_interactions usa o método plot com o parâmetro kind='pie', que indica o tipo de gráfico que deve ser gerado, nesse caso de pizza. Além disso, o parâmetro autopct='%1.1f%%' é utilizado para exibir a porcentagem de cada fatia no gráfico.

Na quarta linha é definido um título para o gráfico, com o texto "Tipos de Interação". E a seguir, na quarta linha, o rótulo do eixo y é removido, por ser um gráfico de pizza e as porcentagens já estão sendo mostradas. Por último, o gráfico abaixo é exibido na saída.

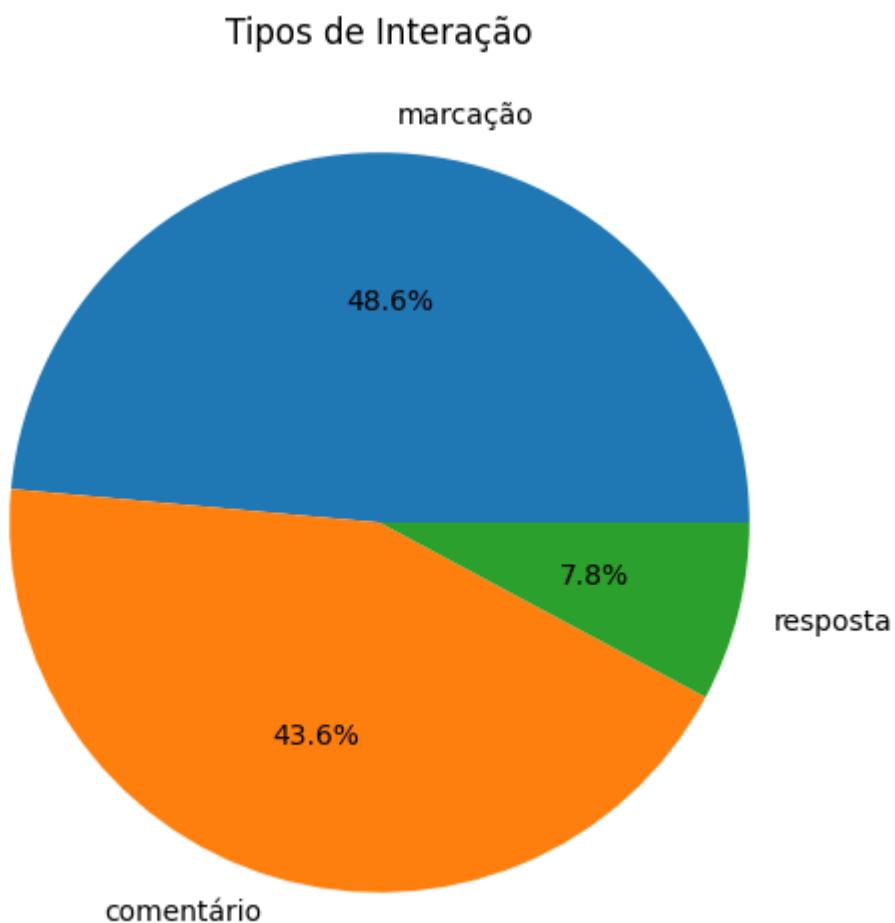


Figura 22: Gráfico “Tipos de interação”

O gráfico acima demonstra que, caso a hipótese de ter *repost* dos *posts* do BTG esteja certa, o *dataframe* está, em sua maioria com esses casos, o que torna preocupante, já que a ideia é que o projeto analise comentários dos *posts*. Além disso, pode-se observar uma diferença significativa entre “comentários” e “resposta”.

6.3.4 Classificação de sentimento

Para esse tipo de gráfico foram criados 2 gráficos, para isso será demonstrado os 2 códigos e a diferença entre eles.

```
count_sentimentos = data_limpo['sentimento'].value_counts()

# Gráfico de pizza

plt.figure(figsize=(8, 6))

count_sentimentos.plot(kind='pie', autopct='%1.1f%%')

plt.title('Tipos de Sentimento')

plt.ylabel('')
```

```
plt.show()

# Gráfico de barras

plt.figure(figsize=(10, 6))

count_sentimentos.plot(kind='bar')

plt.xlabel('Sentimentos')

plt.ylabel('Contagem')

plt.title('Tipos de Sentimento')

plt.show()
```

A primeira linha é criada uma nova variável chamada `count_sentimentos`, que utiliza a coluna "sentimento" do `dataframe` `data_limpo`. A função `value_counts()` é aplicada para contar a ocorrência de cada tipo de sentimento. Essa linha pertence aos 2 tipos de gráficos, isso porque ela só está definindo a variável e função que serão utilizadas posteriormente.

O primeiro gráfico gerado é o de pizza:

A primeira linha específica do gráfico de pizza define qual será o tamanho da figura. A segunda linha chama a variável `count_sentimentos`, utilizando o método `plot` com o parâmetro `kind='pie'`, indicando o tipo de gráfico, além disso, o parâmetro `autopct='%.1f%%'` é utilizado para exibir a porcentagem de cada fatia no gráfico. A seguir, é definido o título do gráfico e remove o rótulo do eixo y, já que não será utilizado. Por último, o método `show` exibe o gráfico a seguir na saída.

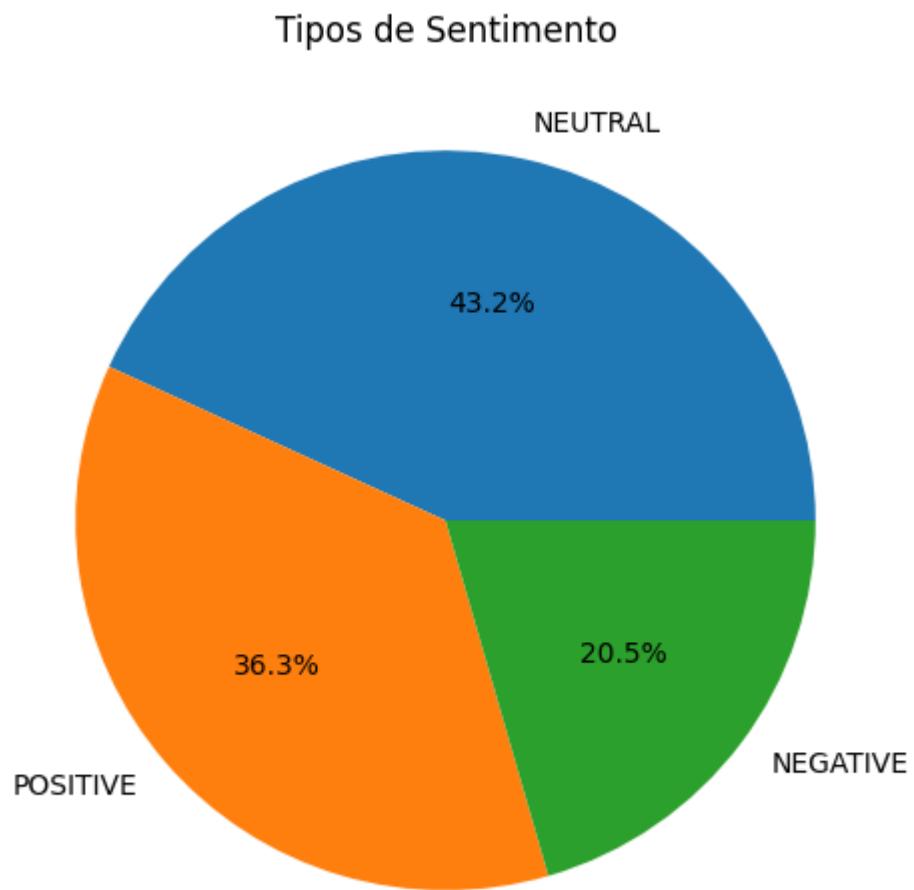


Figura 23: Gráfico “Tipos de sentimento” - Pizza

O segundo gráfico gerado é o de barras:

A primeira linha do gráfico de barra define qual será o tamanho da figura que será gerada no final do código. A seguir, a variável `count_sentimentos` é plotada utilizando o método `plot` com o parâmetro `kind='bar'`, indicando o tipo de gráfico, essa linha que diferencia os tipos de gráficos. As próximas 3 linhas são usadas para definir os rótulos dos eixo x e y e o título do gráfico. A última linha exibe o gráfico a seguir na saída.

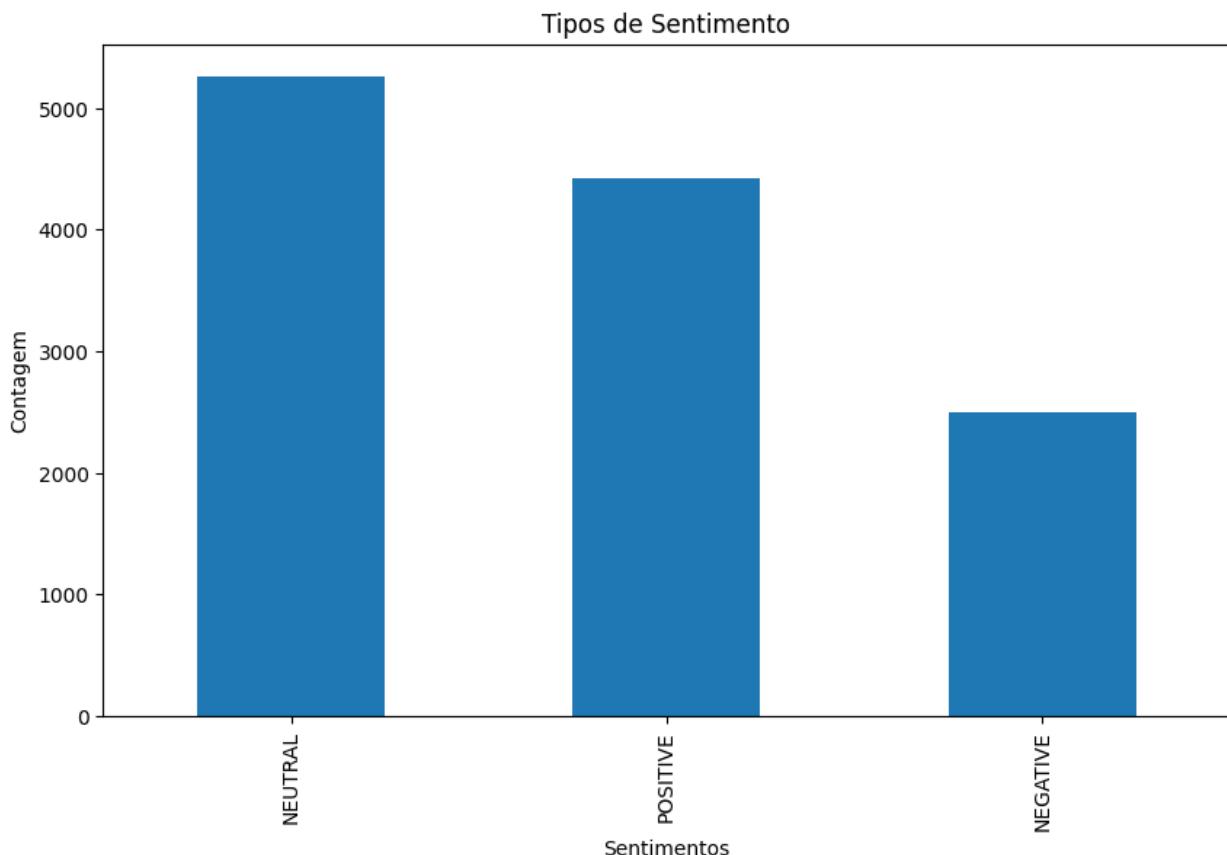


Figura 24: Gráfico “Tipos de sentimento” - Barras

Analizando os gráficos é possível observar que a quantidade de comentários neutros é maior que os outros dois, pode-se interpretar que essa métrica é ruim para os dados, e com isso podemos chegar em duas hipóteses: 1. 43% dos comentários não causam nenhum tipo de sentimento para as pessoas; ou 2. A classificação feita está equivocada, caso os *posts* causem algum tipo de sentimento. Além disso, a quantidade de comentários positivos é quase o dobro do negativo, o que se pode referir que os usuários estão se sentindo contentes com os serviços prestados.

6.4 Conclusão

Esta análise descritiva dos gráficos proporciona uma compreensão mais profunda dos dados, permitindo identificar *insights* e tomar decisões. É importante ressaltar que as conclusões obtidas são interpretadas considerando o contexto específico dos dados e as questões de pesquisa em análise.

7. Pré processamento

7.1 Introdução

O pré-processamento de dados no contexto do PLN refere-se a uma série de etapas de preparação que os dados textuais devem passar antes de serem usados em um modelo de aprendizado de máquina. Essas etapas visam limpar, organizar e estruturar os dados textuais para que sejam mais facilmente compreendidos pelo modelo.

Algumas etapas importantes do pré- processamento são: 1. Tokenização; 2. Tratamento de abreviações; 3. Tratamento de emoji; 4. Remoção de stopwords; 5. Remoção de alfanuméricos; 6. Lematização. Além disso, foi realizado um tratamento dos dados e a definição de uma função pipeline.

7.2 Método

A etapa de pré - processamento, como dito anteriormente, foi dividida em 6 etapas:

1. **Tratamento de dados**: processo que envolve a manipulação, limpeza, enriquecimento e transformação de dados de forma a torná-los mais úteis e adequados para a análise. Onde foram realizados os processos de: Mudança dos nomes das colunas - retirada das aspas (""); Retirada de algumas colunas que se mostraram não necessárias para o projeto; Remoção dos comentários do banco (autor: @btgpactual);

2. **Tokenização**: processo de dividir um texto em unidades menores chamadas tokens. Esses tokens podem ser palavras individuais ou partes menores de palavras, como prefixos ou sufixos;

3. **Tratamento de abreviações**: processo de transformar palavras abreviadas, muito utilizada em redes sociais, para sua expansão;

4. **Tratamento de emoji**: processo de transformar símbolos de emojis para o seu significado;

5. **Remoção de stopwords**: palavras que podem ser consideradas irrelevantes para o conjunto de resultados a ser exibido;

6. **Remoção de alfanuméricos**: processo de retirar os caracteres de pontuação para reduzir o tamanho do vocabulário e evitar ruídos;

7. **Lematização**: processo de normalização das palavras, reduzindo a variabilidade e simplificando a análise e compreensão do texto;

8. **Pipeline**: sequência de etapas ou processos interligados que são aplicados aos dados durante o fluxo de trabalho.

Para essa etapa foi utilizada a biblioteca do *NLTK*, para a tokenização e remoção de stopwords, a biblioteca *emoji* para o tratamento do mesmo, o *spacy*, para a lematização e o *pandas* para a leitura e tratamento dos dados.

7.3. Resultados

Abaixo serão descritos cada etapa do pré - processamento.

7.3.1 Tratamento dos dados

Um dos primeiros tratamentos de dados que foi utilizado, foi o tratamento que retira as aspas duplas ("") dos nomes das colunas da base de dados, já que anteriormente as colunas estavam da seguinte forma: "texto", após esse tratamento, ficou apenas *texto*, como demonstra o código abaixo:

```
data      = data.rename(columns={'anomalia'      : 'anomalia',
                                'dataPublicada'   : 'dataPublicada',    'autor'        : 'autor',
                                'texto'          : 'texto',           'sentimento'   : 'sentimento',
                                'tipoInteracao'  : 'tipoInteracao',  'probabilidadeAnomalia' :
```

```
'probabilidadeAnomalia', '"linkPost" : 'linkPost', '"processado" : 'processado', '"contemHyperlink" : 'contemHyperlink' })
```

Esse tratamento facilita o trabalho de chamar os textos das colunas de uma maneira mais simples, sem a necessidade de ter que colocar aspas, podendo chamar o texto diretamente.

O segundo tratamento realizado utilizou a função `data.describe()`, e com isso foi possível identificar que a coluna “processado” não agrega valor, uma vez que todos os seus valores são iguais a zero. Portanto, essa coluna foi removida da base de dados. Abaixo é possível ver o *output* desta função.

| data.describe() | | | | | |
|-----------------|--------------|--------------|-----------------------|------------|-----------------|
| | id | anomalia | probabilidadeAnomalia | processado | contemHyperlink |
| count | 1.235500e+04 | 12355.000000 | 12355.000000 | 12355.0 | 12355.000000 |
| mean | 1.757789e+06 | 0.222339 | 37.325698 | 0.0 | 0.005423 |
| std | 7.967971e+05 | 0.415835 | 16.374936 | 0.0 | 0.073443 |
| min | 1.000000e+00 | 0.000000 | 7.000000 | 0.0 | 0.000000 |
| 25% | 1.314377e+06 | 0.000000 | 24.000000 | 0.0 | 0.000000 |
| 50% | 1.783879e+06 | 0.000000 | 37.000000 | 0.0 | 0.000000 |
| 75% | 2.388714e+06 | 0.000000 | 48.000000 | 0.0 | 0.000000 |
| max | 3.045012e+06 | 1.000000 | 100.000000 | 0.0 | 1.000000 |

Figura 25: Output da função `data.describe()`

Com isso, foi possível descartar essa coluna utilizando a função `data.drop()`. Vale ressaltar que as colunas “id” e “dataPublicada” também foram removidas da base de dados, uma vez que não possuem tanta relevância para uma análise de sentimento que tem como principal embasamento os textos, como mostra o código abaixo.

```
data_dropado = data.drop(['processado', 'id', 'dataPublicada'], axis=1)
data_dropado.head(3)
```

O terceiro tratamento realizado foi a remoção do autor @btgpactual, da coluna “autor”, foi possível removê-lo através de uma função que remove apenas o autor mencionado.

```
data_limpo = data_dropado.loc[data_dropado['autor'] != 'btgpactual']
```

```
data_limpo
```

Esse tratamento é necessário para o projeto, pois os comentários vindos desse autor não são tão relevantes para análise de sentimentos, uma vez que a maioria são respostas a comentários ou legendas dos *posts*.

7.3.2 Tokenização

Para começar o pré - processamento pensando no modelo de análise de sentimento, é necessário separar as palavras dos textos em *tokens*, e o código abaixo define a função necessária para realizar esse processo.

```
def tokenizer(comment):  
    if isinstance(comment, str):  
        tokens = nltk.word_tokenize(comment)  
        return tokens  
    else:  
        return []
```

A função acima realiza o processo descrito referenciando a biblioteca `nltk.word_tokenize`.

7.3.3 Tratamento de abreviações

Para tornar mais fácil a análise de sentimento, foi feito um tratamento de abreviações, para que palavras como: “vcs” se torne “vocês”. O código abaixo define um dicionário de gírias e abreviações usado para normalização de texto.

```
# Dicionário de gírias e abreviações para normalização  
dicionario_girias = {'vc': 'você', 'vcs': 'você', 'Vc': 'você', 'pq':  
'porque', 'Pq': 'porque', 'tbm': 'também', 'q': 'que', 'td': 'tudo', 'blz':  
'beleza', 'flw': 'falou', 'kd': 'cadê', 'Gnt': 'gente', 'gnt': 'gente', 'to':  
'estou', 'mt': 'muito', 'cmg': 'comigo', 'ctz': 'certeza', 'jah': 'já',  
'naum': 'não', 'ta': 'está', 'eh': 'é', 'vdd': 'verdade', 'vlw': 'valeu', 'p':  
'para', 'sdds': 'saudades', 'qnd': 'quando', 'msm': 'mesmo', 'fzr': 'fazer',  
'ss': 'sim', 'Ss': 'sim', 'pdc': 'pode crer', 'nn': 'não', 'Nn': 'não', 'pls':  
'please', 'obg': 'obrigado', 'agr': 'agora'}
```

O código abaixo apresenta um conjunto de palavras que são desconsideradas ou excluídas durante o processo. Essas palavras foram consideradas irrelevantes para a análise, já que contém informações específicas.

```
palavras_desconsideradas = {"warrenbrasil", "bicharaemotta",  
"sportainment", "sportainmet", "sportainmetâ", "sportainmentâ", "roundpushpin",  
"hubstage", "kaletsky", "scandiuzzi", "futofmoney", "ricktolledo",  
"thaotinhasbfc", "winthegame", "romulofialdini", "disclaimer", "astraofticalbr",
```

```

"furnasenergia", "alelobrasil", "bancodaycoval", "grupohagana",
"robertoljustus", "steinwaybrasil", "joseavillez", "dianaroth", "beachtennis",
"alliancejjteam", "fabiogurgel", "blackrocks", "masterjacare", "gigipaivabjj",
"clubefinews", "mouratoglou", "octocapitalbr", "oficinadofraja" "blackintech"
}

```

A função comentarios_normalizados abaixo tem como objetivo normalizar os comentários representados por tokens, levando em consideração o dicionário de gírias e abreviações e um conjunto de palavras desconsideradas, os dois citados acima.

```

def comentarios_normalizados(tokens, dionario_girias,
palavras_desconsideradas):
    tokens_normalizados = []
    for sentence in tokens:
        treated = []
        for palavra in sentence:
            if palavra in palavras_desconsideradas:
                treated.append(palavra)
            else:
                if palavra in dionario_girias:
                    palavra_normalizada = dionario_girias.get(palavra,
palavra)
                    treated.append(palavra_normalizada)
                else:
                    treated.append(palavra)
        treated = [palavra.replace(' ', '') if '_' in palavra else palavra
for palavra in treated]
        tokens_normalizados.append(treated)
    return tokens_normalizados

```

7.3.4 Tratamento de emoji

A função demojize_tokens recebe uma lista de tokens e tem como objetivo realizar o processo de "demojize", ou seja, remover emojis e substituí-los por sua representação textual.

```

def demojize_tokens(tokens):
    demojized_tokens = []
    for termo in tokens:
        demojized = [emoji.demojize(palavra) if emoji.emoji_count(palavra) >
0 else palavra for palavra in termo]
        demojized = [palavra.replace(":", "").replace("_", "") if any(c in
palavra for c in [":", "_"]) else palavra for palavra in demojized]
        demojized_tokens.append(demojized)
    return demojized_tokens

```

```

    demojized = [palavra.replace("-", "_") if "-" in palavra else
palavra for palavra in demojized]
    demojized_tokens.append(demojized)
return demojized_tokens

```

7.3.5 Remoção de StopWords

Já que as palavras que são consideradas como *stopwords* não tem uma importância para o sentido do texto e elas ocupam a maior parte dos *tokens*, essa etapa foi realizada por meio do código abaixo:

```

def remove_stopwords(tokens):
    filtered_tokens = []
    for sentence in tokens:
        filtered = [palavra for palavra in sentence if palavra not in
stopwords]
        filtered_tokens.append(filtered)
    return filtered_tokens

```

A função acima referencia a biblioteca para que as palavras classificadas sejam removidas do conjunto de *tokens*. No entanto, deve-se notar que o uso isolado da biblioteca não contempla o dialeto comum nos comentários de internet devido à ausência de abreviaturas e gírias similares ao conjunto de *stopwords*. Para isso, foi unido à lista de *stopwords* uma lista de abreviações e uma mais extensa lista de preposições por meio da função abaixo:

```

def merge_stopwords(arr1, arr2):
    merged = arr1.copy() # Cria uma cópia do primeiro array
    for element in arr2:
        if element not in merged:
            merged.append(element)
    return merged

```

7.3.6 Remoção de alfanuméricos

Da mesma forma que algumas palavras não têm importância para a análise, a pontuação, caracteres especiais, links, menções e hashtags também não tem, por isso a função abaixo retira esses caracteres.

```

def removendo_alfanumericos(tokens):
    output_tokens = []
    for sentence in tokens:
        output_list = []
        for palavra in sentence:

```

```

        if palavra.strip(): # Verifica se a palavra não é uma
        string vazia
            palavra_sem_marcacao = re.sub(r'\@\w*', '', palavra)
            palavra_sem_hashtag = re.sub(r'#\w*', '', palavra_sem_marcacao)
            palavra_sem_hyperlink = re.sub(r'https\S*', '', palavra_sem_hashtag)
            palavra_sem_www = re.sub(r'\bwww\.[^\s]*', '', palavra_sem_hyperlink)
            palavra_sem_numeros = re.sub(r'[0-9]', '', palavra_sem_www)
            palavra_sem_btg = re.sub(r'\bbtg\b', '', palavra_sem_numeros)
            palavra_sem_btgpactual = re.sub(r'\bpactual\b', '', palavra_sem_btg)
            output_list.extend(re.findall(r'\w+', palavra_sem_btgpactual)) # analisar se não é melhor usar o append
            em vez de extend
            output_tokens.append(output_list)
        return output_tokens
    
```

7.3.7 Lematização

A função lematizacao() tem como objetivo realizar a lematização dos tokens, ou seja, converter as palavras para sua forma base ou lemma. O código utiliza o modelo pré-treinado do SpaCy para o idioma português (carregado anteriormente com o spacy.load("pt_core_news_sm")) para realizar a lematização.

```

def lematizacao(tokens):
    # Carregar o modelo pré-treinado do SpaCy para o idioma português
    nlp = spacy.load("pt_core_news_sm")
    lemmatized_tokens = []
    for sentence in tokens:
        lemma_list = []
        doc = nlp(" ".join(sentence)) # Unir as palavras da frase em uma
        única string
        for token in doc:
            if token.lemma_ != '-PRON-':
                if token.pos_ == 'VERB':
                    palavra_lematizada = token.lemma_
                else:
                    palavra_lematizada = token.lemma_
            if palavra_lematizada:
                lemma_list.append(palavra_lematizada)
        lemmatized_tokens.append(lemma_list)
    return lemmatized_tokens
    
```

```

        lemma_list.append(palavra_lematizada)
    lemmatized_tokens.append(lemma_list)
    # Converter todas as palavras para minúsculas
    lemmatized_tokens_lower = []
    for sentence in lemmatized_tokens:
        sentence_lower = [palavra.lower() for palavra in sentence]
        lemmatized_tokens_lower.append(sentence_lower)
    return lemmatized_tokens_lower

```

7.3.8 Pipeline

No pipeline foi dividido cada uma das funções em células separadas e depois é executado todas na ordem correta. Essa etapa permite que as funções sejam executadas na ordem correta, garantindo a consistência e a precisão dos resultados, e caso a ordem precise mudar, é mais simples fazer a alteração, essa organização torna o processo mais simples de entender e escalável.

Na parte de definição de funções, foi definida as funções que serão usadas no pipeline. As funções em questão são: tokenizer(); comentarios_normalizados(); demojize_tokens(); remove_stopwords(); removendo_alfanumericos(); lematizacao(), por fim, a função pipeline() executa cada uma das funções em ordem. Como as funções já foram apresentadas anteriormente, a seguir será mostrada a função:

```

def pipeline(comment):
    # Tokenização
    tokens = tokenizer(comment)
    # Normalização das abreviações
    normalizado = comentarios_normalizados(tokens,
    dicionario_girias, palavras_desconsideradas)
    # Tratamento de Emojis
    demojized = demojize_tokens(normalizado)
    # Remoção das stopwords
    no_stopwords = remove_stopwords(tokens)
    # Remoção dos alfanuméricos
    no_alfanumericos = removendo_alfanumericos(no_stopwords)
    # Lematização
    tratados = lematizacao(no_alfanumericos)
    return tratados

```

Por fim, foram realizados alguns testes de função para garantir que o fluxo do pipeline estava operando adequadamente, para isso, foi criado um novo dataframe com uma coluna chamada “pós_tratamento”, na qual está o resultado de todos os textos após passar pela função pipeline().

```
df['pós_tratamento'] = df['texto'].apply(pipeline)
```

A imagem abaixo exemplifica todos os processos descritos acima e conta com exemplos de *inputs* e *outputs*.

INPUT

Eu amo a aula de programação!

Eu não gosto da aula de CDL!

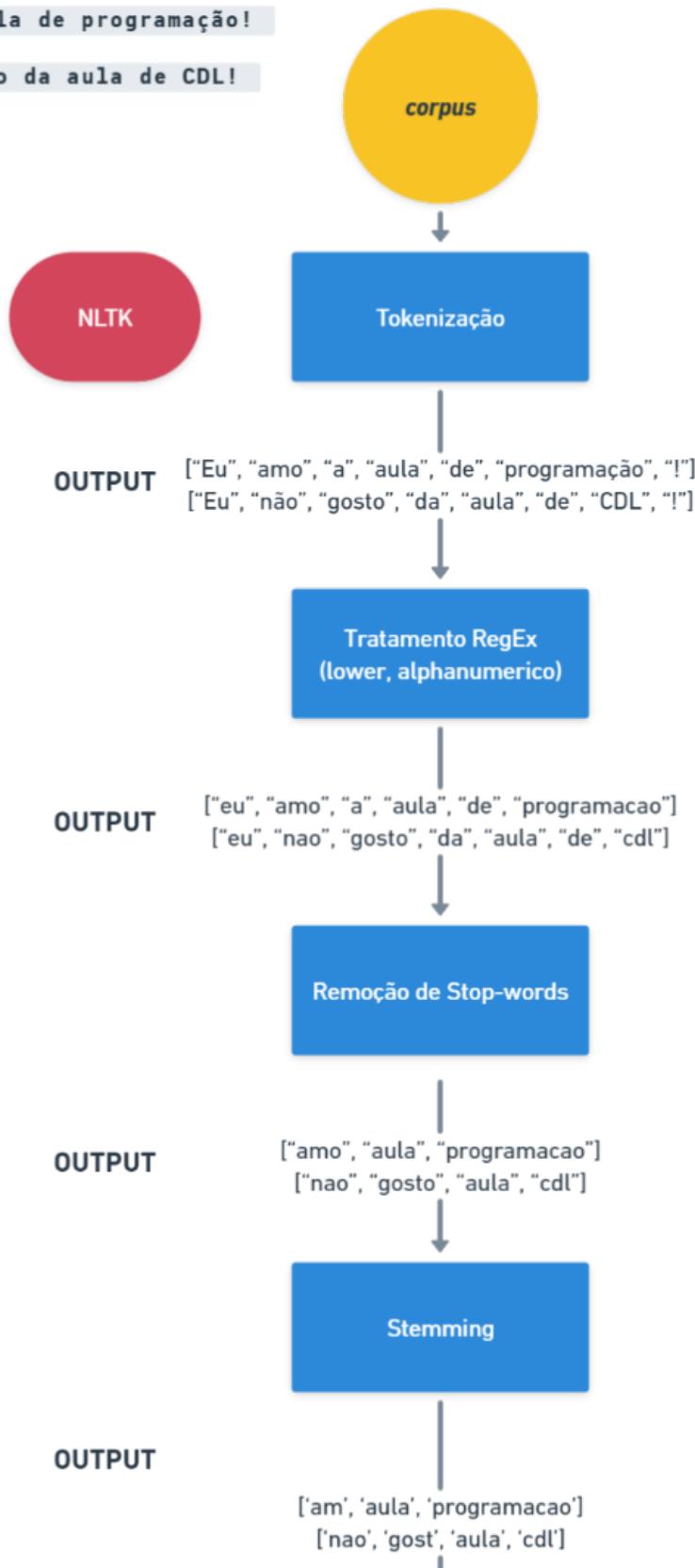


Figura 26: Demonstração do pipeline

7.4 Conclusão

O pré-processamento dos dados é fundamental para garantir a qualidade e a confiabilidade das análises posteriores, contribuindo para um melhor entendimento dos dados e para a obtenção de resultados mais precisos e significativos.

8. Vetorização

8.1 Bag of Words

8.1.1 Introdução

O modelo Bag of Words é uma das várias ferramentas de vetorização de frases e palavras, processo que é de suma importância para o desenvolvimento de um modelo PLN, visto que o modelo de machine learning só pode receber números como inputs.

8.1.2 Método

Como última etapa de manipulação de dados antes do uso do modelo de Machine Learning para a classificação de resultados temos a vetorização dos comentários, processo que nessa pipeline foi conduzido pelo modelo Bag of Words (BoW). O modelo BoW consiste na elaboração de uma matriz a partir de um vocabulário de todos os vocábulos presentes nos textos, enquanto que cada linha será um comentário que se deseja vetorizar. É importante notar que esse modelo é menos robusto, considerando apenas a frequência de palavras em cada frase e não os sentidos semânticos.

Para essa etapa, foi utilizada uma instância da classe CountVectorizer(), e seus métodos, da biblioteca sklearn (scikit-learn) a fim de que fosse gerado um vocabulário e as respectivas correspondências para cada comentário.

8.1.4 Resultados

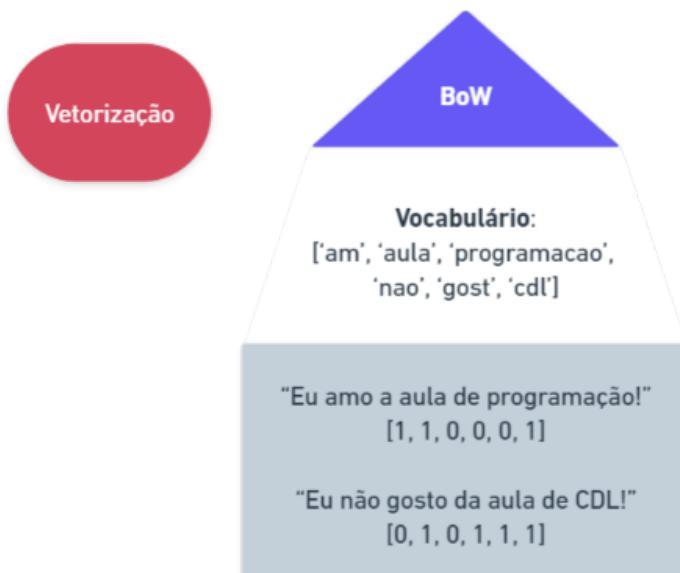


Figura 27: Demonstração do Bag of Words

Após o *corpus* dos textos terem passado pelo *pipeline*, chega o momento de analisar as repetições de acordo com cada comentário feito, por meio da técnica Bag of Words (BoW) utilizada em processamento de linguagem natural (PLN). Essa técnica é utilizada para representar um texto como um conjunto de palavras desordenadas, ignorando a ordem e a estrutura gramatical das frases. Nesse modelo, cada palavra única do texto é transformada em uma "*feature*" (característica), e a frequência de cada palavra no texto é usada como um valor numérico para a *feature* correspondente.

Por exemplo, a frase "O gato preto pulou o muro" seria representada como um conjunto de palavras desordenadas: 'o', 'gato', 'preto', 'pulou', 'o', 'muro'. A frequência de cada palavra é contada, e o resultado é um vetor numérico que representa a frequência de cada palavra na frase. O modelo Bag of Words é uma técnica simples e eficiente para representar textos em formato vetorial, o que permite utilizá-los em algoritmos de aprendizado de máquina.

Assim, abaixo é possível visualizar o código necessário para realizar essa vetorização e o *output* dele:

```
def bow(comentarios):
    vectorizer = CountVectorizer(analyzer=lambda x: x)
    bow_model = vectorizer.fit_transform(comentarios)
    bow_df = pd.DataFrame(bow_model.toarray(),
                          columns=vectorizer.get_feature_names_out())
    return bow_df
```

| | 0 | 000 | 00000 | 0000000 | 0001 | 001 | 002 | 004 | 005 | 0050 | ... | tudo | uma | vai | valores | varias | volatilidade | 120 | 2 | 20 | 30 |
|-------|-----|-----|-------|---------|------|-----|-----|-----|-----|------|-----|------|-----|-----|---------|--------|--------------|-----|-----|-----|-----|
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ... | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ... | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ... | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ... | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ... | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| 12188 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ... | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 12189 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ... | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 12190 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ... | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 12191 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ... | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 12192 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ... | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Figura 28: *Output* do código

Abaixo é demonstrado um exemplo resultante desta tabela, a qual possui um total de 12.193 linhas, que estão de acordo com cada comentário do csv disponibilizado pelo cliente, além de 24.331 colunas, que foram as palavras chaves selecionadas.

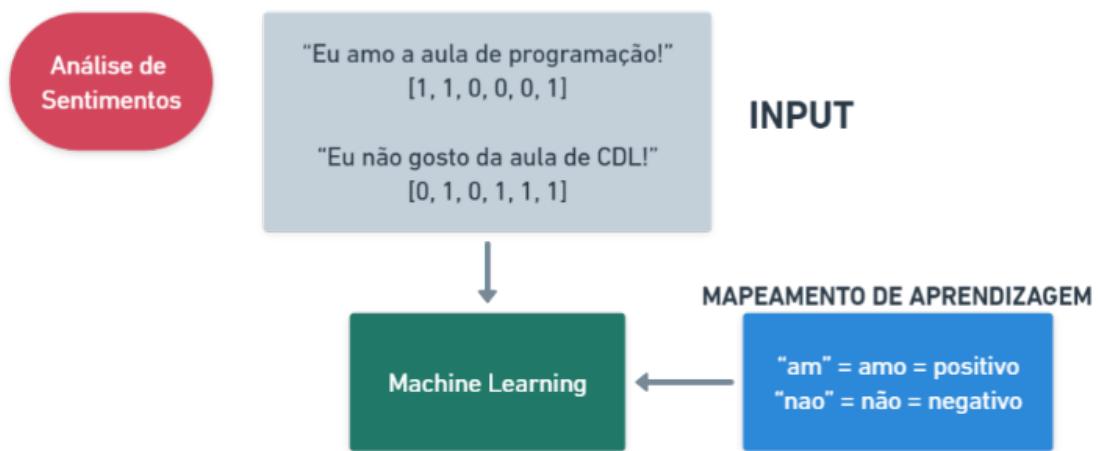
```
df['conf'].value_counts()
0      11795
1       396
2        2
```

Name: conf, dtype: int64

Neste exemplo, é possível perceber que o termo ‘*conf*’ se repete uma vez, em 396 comentários diferentes, e se repete duas vezes em 2 comentários diferentes. Dessa forma, percebe-se como a função consegue selecionar palavras chaves que estão contidas nas diversas frases do dataframe.

8.1.5 Conclusão

Com a aplicação do Modelo Bag of Words (BoW) é possível perceber a capacidade de seleção de palavras para a futura implementação na Machine Learning desenvolvida. O objetivo do projeto é demonstrado a partir da imagem abaixo:



| TEXTO | eu | am | nao | gost | aula | cdl | program | positivo | negativo | AVALIAÇÃO |
|---------------------------------|----|----|-----|------|------|-----|---------|----------|----------|-----------|
| "Eu amo a aula de programação!" | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | positivo |
| "Eu não gosto da aula de CDL!" | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | negativo |

Figura 29: Demonstração do modelo pronto

Porém, foi possível analisar que é necessário uma renovação no tratamento dos dados e exclusão de determinadas palavras, já que foi percebido que havia uma alta diversidade de termos que estão exclusos e/ou outros que permanecerão nas frases e não deveriam permanecer. Abaixo há exemplo desta análise:

```
word_counts = df.sum()  
top_words = word_counts.sort_values(ascending=False)  
top_10 = top_words.head(10)  
top_10  
  
btgpactual      6489  
invest          4014  
btg             2822
```

```
    tod      1783
    banc     1771
    sobr     1364
    melhor   1363
    cont     1332
    merc     1305
    financeir 1303
dtype: int64
```

Além disso, foi feita uma plotagem de uma nuvem de palavras para ser mais intuitiva a visualização dos termos que serão necessários passar por um tratamento.



Figura 30: Nuvem de palavras

Assim, o próximo passo é um retratamento dos textos para ter melhor desenvolvimento e aplicação no momento de construção da Inteligência Artificial.

8.2 Word2Vec

8.2.1 Introdução

O modelo de vetorização Word2Vec, ao contrário do Bag Of Words, permite um entendimento das conexões semânticas das palavras, sendo assim, palavras podem ser analisadas a partir de sua similaridade com outras através da ocorrência contextual. Isso é possível porque o Word2Vec relaciona as palavras a um espaço dimensional, representadas por um vetor denso, onde palavras com similaridade maior tendem a se agrupar no mesmo espaço. O modelo, através do uso de uma rede neural embutida, aprende por treinamento em big corpus, como o wikipédia, a localização ideal para cada palavra.

8.2.2 Método

No projeto recorremos a 2 métodos de vetorização com o Word2Vec: o modelo pré-treinado de Continuous Bag-of-Words (CBOW) da biblioteca NILC e, posteriormente, o treinado no nosso próprio corpus. O modelo pré-treinado, como dito anteriormente, não necessita de treinamento adicional, pois ele já dominou as relações linguísticas entre as palavras a partir do primeiro treinamento, além disso, o modelo usado é público e permite o uso quase instantâneo no corpus.

8.2.3 Resultados

Para ambos os métodos, foi necessário realizar a soma dos vetores de palavras presentes nas frases, desse modo, teremos um vetor para cada frase. No método pré-treinado, construímos vetores de 50 dimensões, enquanto que, no modelo treinado no corpus da base de dados de comentários, construímos vetores de 100 dimensões.

| | Frase | Vetor1 | Vetor2 | Vetor3 | Vetor4 | Vetor5 | Vetor6 | Vetor7 | Vetor8 | Vetor9 | ... | Vetor42 | Vetor43 | Vetor44 | Vetor45 | Vetor46 | Vetor47 | Vetor48 | Vetor49 | Vetor50 |
|------|---|----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|-----|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| 0 | [alvarez, marsal, estar, conosco, spontanmet...] | 0.213634 | -0.129877 | 0.241601 | -0.075002 | -0.015629 | 0.206194 | 0.072658 | 0.055472 | 0.061554 | ... | 0.024361 | -0.111328 | 0.157674 | 0.094309 | -0.047458 | 0.157365 | -0.033920 | 0.022211 | 0.182153 |
| 1 | [blgpactual, with makerepost, entender, impac...] | 0.222697 | -0.124886 | 0.213157 | -0.059091 | -0.010530 | 0.201566 | 0.071898 | 0.033920 | 0.059524 | ... | 0.008988 | -0.079109 | 0.159296 | 0.085387 | -0.008607 | 0.158519 | -0.022680 | 0.031107 | 0.189521 |
| 2 | [minuto, touro, ouro] | 0.265227 | -0.068285 | 0.152235 | -0.044329 | -0.102729 | 0.141353 | 0.092800 | 0.113174 | 0.015783 | ... | 0.078032 | -0.202677 | 0.155750 | 0.062291 | 0.007038 | 0.134573 | 0.014635 | 0.034189 | 0.345674 |
| 3 | [sim] | 0.166258 | -0.029796 | 0.204045 | -0.297490 | 0.046077 | 0.140763 | 0.035251 | -0.174491 | 0.211817 | ... | 0.065839 | -0.092451 | 0.308218 | -0.034692 | -0.032851 | -0.028724 | -0.068701 | 0.011158 | 0.258413 |
| 4 | [querer, saber, banking, próprio, administro] | 0.187512 | -0.183612 | 0.300155 | -0.052422 | -0.034717 | 0.232278 | 0.058778 | 0.084289 | 0.068006 | ... | 0.097538 | -0.161461 | 0.196748 | 0.088577 | -0.080884 | 0.167507 | -0.049984 | -0.000942 | 0.187811 |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | |
| 9202 | [exceiente, explicação] | 0.190917 | -0.133475 | 0.241675 | -0.053180 | 0.067256 | 0.201138 | 0.034109 | -0.078718 | -0.066131 | ... | -0.082151 | 0.016113 | 0.154861 | 0.068700 | -0.004302 | 0.079717 | -0.028388 | -0.017448 | 0.188785 |
| 9203 | [atender, telefone, amor, deus] | 0.188641 | -0.119377 | 0.199339 | -0.105448 | 0.023176 | 0.178837 | 0.069476 | -0.004494 | 0.034710 | ... | 0.034035 | -0.126673 | 0.165176 | 0.080313 | -0.024160 | 0.118848 | -0.003502 | 0.087053 | 0.215656 |

Figura 31: Word2Vec com modelo pré-treinado

| | texto_tratado | sentimentoNumerico | Vetor0 | Vetor1 | Vetor2 | Vetor3 | Vetor4 | Vetor5 | Vetor6 | Vetor7 | ... | Vetor90 | Vetor91 | Vetor92 | Vetor93 | Vetor94 | Vetor95 | Vetor96 | Vetor97 | Vetor98 | Vetor99 |
|------|---|--------------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----|-----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|
| 0 | [alvarez, marsal, estar, conosco, sportinmet, ...] | 1 | -0.034426 | 0.300972 | -0.286190 | -0.065209 | -0.054679 | 0.096039 | -0.256692 | 0.127671 | ... | -0.068513 | -0.155436 | 0.140325 | 0.219084 | -0.289465 | -0.035990 | 0.078490 | -0.070072 | -0.003752 | 0.339329 |
| 1 | [bigactual, with, makerepost, entender, impac...] | 1 | -0.037321 | 0.289959 | -0.259288 | -0.064339 | -0.080668 | 0.098687 | -0.287177 | 0.113840 | ... | -0.060072 | -0.149105 | 0.130588 | 0.186667 | -0.302065 | -0.018805 | 0.059356 | -0.054743 | -0.009448 | 0.354135 |
| 2 | [minuto, touro, ouro] | 2 | -0.193654 | 0.391434 | -0.203922 | 0.001809 | -0.143087 | 0.069520 | -0.235220 | 0.141716 | ... | -0.066392 | -0.108025 | 0.141333 | 0.167520 | -0.338259 | 0.087925 | 0.089112 | -0.092600 | 0.032975 | 0.329287 |
| 3 | [sim] | 1 | 0.082540 | 0.359721 | -0.090063 | 0.209893 | 0.271785 | -0.004673 | -0.347171 | 0.258687 | ... | -0.064920 | -0.291844 | 0.273709 | 0.119920 | -0.276886 | -0.050655 | 0.175334 | -0.094184 | -0.075605 | 0.116921 |
| 4 | [querer, saber, banking, próprio, administro] | 2 | -0.076144 | 0.319210 | 0.289153 | -0.018826 | -0.025748 | 0.047773 | -0.273074 | 0.146078 | ... | -0.103470 | -0.161082 | 0.136264 | 0.172653 | -0.259784 | 0.001959 | 0.127059 | -0.129546 | 0.007025 | 0.357119 |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | |
| 9202 | [excelente, explicação] | 2 | 0.013271 | 0.233460 | -0.269739 | -0.228910 | -0.098336 | 0.027902 | -0.262189 | 0.145487 | ... | 0.048463 | -0.198648 | 0.078566 | 0.267573 | -0.418458 | -0.069492 | 0.134299 | -0.233718 | 0.027100 | 0.381566 |
| 9203 | [agenda, telefone, amor, deus] | 2 | -0.097030 | 0.357497 | -0.289556 | -0.076197 | -0.054787 | 0.091044 | -0.288496 | 0.154998 | ... | -0.089239 | -0.201867 | 0.149533 | 0.174404 | -0.306654 | -0.032587 | 0.117704 | -0.042513 | 0.026960 | 0.443521 |
| 9204 | [saber, qual, grande, fíis, mercado, selecione...] | 2 | -0.047819 | 0.247797 | -0.269047 | -0.119334 | -0.083395 | 0.097093 | -0.253981 | 0.148540 | ... | -0.031900 | -0.186846 | 0.143561 | 0.254065 | -0.343297 | -0.009860 | 0.068257 | -0.120914 | 0.022000 | 0.399099 |
| 9205 | [erro, financeiro, eliminar, antes, ano, __, pa...] | 1 | -0.041982 | 0.288899 | -0.303314 | -0.088639 | -0.096838 | 0.103386 | -0.263547 | 0.119052 | ... | -0.067419 | -0.155152 | 0.124977 | 0.252822 | -0.333116 | -0.019388 | 0.046955 | -0.103713 | 0.002978 | 0.393447 |
| 9206 | [porque, morning, call, aparecer, spotify, atu...] | 0 | -0.091172 | 0.372426 | -0.301286 | -0.091199 | -0.111440 | 0.057613 | -0.294171 | 0.124101 | ... | -0.070419 | -0.142520 | 0.111241 | 0.168357 | -0.301025 | -0.012969 | 0.109775 | -0.063298 | 0.005821 | 0.431900 |

Figura 32: Word2Vec treinado com o corpus

8.2.4 Conclusão

A conclusão obtida de qual será o melhor método de vetorização se dará na construção dos modelos de machine learning que será explicado na próxima sessão, pois assim poderemos comparar diretamente a acurácia e recall dos diferentes modelos.

9. Modelos

9.1 Word2Vec com CBOW

9.1.1 Introdução

O Word2Vec é um modelo de aprendizado de representação de palavras, que captura eficientemente as relações semânticas entre palavras com base em seu contexto. Nesse caso é utilizado esse modelo com o CBOW (Continuous Bag-of-Words), que já é um modelo treinado.

9.1.2 Método

Nesse caso, como é um modelo pré-treinado, o único processo que foi necessário foi o Label Encoding, onde é transformado a coluna ‘sentimento’ em valores numéricos: -1, 0 e 1. O output é uma tabela com: 1 coluna com a frase do *post*, 50 colunas de vetores e 1 coluna de sentimento.

9.1.3 Resultados

A primeira etapa da realização do Word2Vec com CBOW é ler o arquivo do modelo já treinado.

```
cbow = 'caminho_do_arquivo'
model_cbow = KeyedVectors.load_word2vec_format(cbow)
```

Para fins acadêmicos, o modelo acima foi testado com duas palavras para que se pudesse visualizar os vetores delas e provar que funciona. Abaixo está o output encontrado.

```
wordvec_test = model_cbow['projeto']
wordvec_test
```

```

        output: array([-0.074174, -0.152088,  0.086627, -0.224567,
 0.362562,  0.130683, -0.089179, -0.086973,  0.309501,  0.004112,
 -0.308202,  0.351789, -0.477863,  0.050276,  0.213283,  0.159895,
 -0.285545, -0.08832 , -0.015449,  0.014816, -0.613861,  0.502556,
 0.021688,  0.369492,  0.280691,  0.016868,  0.105584, -0.180754,
 -0.078456,  0.148032,  0.36293 , -0.011634,  0.412191, -0.009049,
 0.010404,  0.131242, -0.032483, -0.133067, -0.063802,  0.434015,
 -0.214768, -0.072132,  0.045601, -0.368866,  0.502808,  0.048293,
 -0.254894,  0.142581, -0.075066,  0.015646], dtype=float32)

wordvec_test = model_cbow[ 'banco' ]
wordvec_test

array([ 1.81041e-01,  1.07700e-01, -1.04667e-01,  2.43361e-01,
 6.06380e-02,  3.92829e-01, -3.33944e-01, -3.81778e-01,
 1.42200e-01,  8.59360e-02, -1.16615e-01,  3.95722e-01,
 -6.12684e-01, -7.68980e-02,  3.34396e-01,  8.11270e-02,
 -5.17700e-02, -3.21950e-01, -6.91509e-01, -3.31210e-01,
 -5.43213e-01,  6.09881e-01,  2.43700e-01,  3.73240e-02,
 1.16518e-01,  1.78859e-01, -3.78839e-01,  1.27430e-01,
 1.94497e-01,  7.32000e-04,  3.14395e-01, -2.04550e-01,
 5.34431e-01, -5.55100e-03,  3.52343e-01, -4.92000e-02,
 -1.38384e-01,  2.31630e-02, -3.40013e-01,  5.00201e-01,
 -1.14170e-02, -1.29925e-01, -6.12800e-03, -1.80481e-01,
 1.99391e-01,  1.37645e-01, -7.66434e-01, -2.26784e-01,
 -6.16110e-02,  9.05920e-02], dtype=float32)

```

A função abaixo, chamada de `vetorizando()` recebe um modelo de vetores de palavras treinado e um `dataFrame` (`df`) contendo um texto já pré tratado. Ela verifica se a palavra na frase está no modelo de vetores, caso tenha, o vetor é adicionado a uma lista. A seguir, a função calcula o vetor médio dessas palavras encontradas na sentença, caso a palavra não seja encontrada, é criada uma lista de 100 elementos "None". A função armazena a sentença original e os primeiros 50 elementos do vetor médio, além de criar o `df_vec`, uma nova base de dados.

O `dataframe` original `df` é modificado adicionando uma coluna `sentimentoNumerico` que transforma as categorias de sentimento: "NEGATIVE", "POSITIVE" e "NEUTRAL", para valores numéricos: -1, 1 e 0, respectivamente. Em seguida, a função adiciona a coluna `sentimento` a `df_vec` com base em `df['sentimentoNumerico']`. Em seguida, ela remove quaisquer linhas que contenham valores ausentes no `df_vec` e retorna o `dataframe`.

```

def create_sentence_vector(model, df):
    sentence_table = []
    for sentence in df['texto_tratado']:
        word_vectors = [model[word] for word in sentence if word in model]
        if len(word_vectors) > 0:
            sentence_vector = sum(word_vectors) / len(word_vectors)
        else:
            sentence_vector = [None] * 100
        sentence_table.append((sentence, *sentence_vector[:50]))
    column_labels = ['Frase']
    for i in range(50):
        column_labels.append(f'Vetor{i+1}')
    df_vec = pd.DataFrame(sentence_table, columns=column_labels)
    df["sentimentoNumerico"] = df["sentimento"].replace({'NEGATIVE': -1,
    'POSITIVE': 1, 'NEUTRAL': 0})
    df_vec.set_index(df["sentimentoNumerico"].index, inplace=True)
    df_vec['sentimento'] = df["sentimentoNumerico"]
    df_vec = df_vec.dropna()

    return df_vec

```

O código abaixo testa a função definida e tem como output a imagem abaixo.

```

df_vec = create_sentence_vector(model_cbow, df)
df_vec

```

| | Frases | Vetor1 | Vetor2 | Vetor3 | Vetor4 | Vetor5 | Vetor6 | Vetor7 | Vetor8 | Vetor9 | ... | Vetor42 | Vetor43 | Vetor44 | Vetor45 | Vetor46 | Vetor47 | Vetor48 | Vetor49 | Vetor50 | sentimento |
|------|--|----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|-----|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|------------|
| 0 | [alvarez, marsal, estar, conosco, sporturinef... | 0.216308 | -0.126807 | 0.240276 | -0.070348 | -0.018067 | 0.209095 | 0.073239 | 0.057978 | 0.061847 | ... | 0.021205 | -0.104079 | 0.155380 | 0.091749 | -0.043675 | 0.158847 | -0.037001 | 0.020596 | 0.184101 | 1 |
| 1 | [btgpactual, with, makerepost, entender, impac... | 0.225879 | -0.123278 | 0.215921 | -0.052553 | -0.007740 | 0.207449 | 0.073616 | 0.037889 | 0.062654 | ... | 0.003267 | -0.071278 | 0.156911 | 0.084502 | -0.004404 | 0.158728 | -0.029227 | 0.029953 | 0.190338 | 1 |
| 2 | [minuto, touro, euro] | 0.265227 | -0.068285 | 0.152235 | -0.044329 | -0.102729 | 0.141353 | 0.092800 | 0.113174 | 0.015783 | ... | 0.078032 | -0.202877 | 0.155750 | 0.062291 | 0.007038 | 0.134573 | 0.014635 | 0.034189 | 0.345674 | 2 |
| 3 | [sim] | 0.166258 | -0.029796 | 0.204045 | -0.297490 | 0.046077 | 0.140783 | 0.035251 | -0.174491 | 0.211817 | ... | 0.065839 | -0.092451 | 0.308218 | -0.034692 | -0.032851 | -0.028724 | -0.068701 | 0.011158 | 0.258413 | 1 |
| 4 | [querer, saber, btg, banking, próprio, btg, ad... | 0.192599 | -0.164825 | 0.279021 | -0.053468 | -0.041365 | 0.211785 | 0.074588 | 0.062593 | 0.094428 | ... | 0.088143 | -0.130285 | 0.164846 | 0.077747 | -0.068860 | 0.181872 | -0.076526 | -0.003717 | 0.197040 | 2 |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | |
| 9472 | [excelente, explicação] | 0.190917 | -0.133475 | 0.241675 | -0.053180 | 0.067256 | 0.201138 | 0.034109 | -0.078718 | -0.066131 | ... | -0.082151 | 0.016113 | 0.154861 | 0.068700 | -0.004302 | 0.079717 | -0.028388 | -0.017448 | 0.188785 | 2 |
| 9473 | [atender, telefone, amor, deus] | 0.188641 | -0.119377 | 0.198339 | -0.105448 | 0.023176 | 0.178837 | 0.069476 | -0.004494 | 0.034710 | ... | 0.034035 | -0.126673 | 0.165176 | 0.080313 | -0.024160 | 0.118848 | -0.003502 | 0.087053 | 0.215556 | 2 |
| 9474 | [saber, qual, 10, grande, fils, mercado, selec... | 0.213684 | -0.135475 | 0.219169 | -0.072820 | -0.014112 | 0.203863 | 0.063360 | 0.038896 | 0.069987 | ... | 0.034963 | -0.097084 | 0.175341 | 0.098866 | -0.047218 | 0.153991 | -0.030393 | 0.021887 | 0.179608 | 2 |
| 9475 | [erro, financeiro, eliminar, antes, 30, ano, ...] | 0.212646 | -0.112742 | 0.221387 | -0.078302 | -0.032960 | 0.218673 | 0.071489 | 0.038917 | 0.037444 | ... | 0.022441 | -0.094323 | 0.150688 | 0.081716 | -0.028744 | 0.145769 | -0.029518 | 0.024455 | 0.191446 | 1 |
| 9476 | [porque, morning, call, aparecer, spotify, altu... | 0.225402 | -0.137580 | 0.274046 | -0.044282 | 0.008441 | 0.249057 | 0.043162 | 0.080058 | 0.049930 | ... | 0.007607 | -0.097939 | 0.163142 | 0.100946 | -0.034086 | 0.136629 | -0.024904 | 0.030681 | 0.170319 | 0 |

Figura 33: Output do Word2Vec + CBOW

9.1.4 Conclusão

Em conclusão, o método Word2Vec, em particular com o CBOW, é uma técnica eficaz para a representação de palavras em espaços vetoriais contínuos. O

processo de vetorização de um texto usando o CBOW envolve a criação de vetores de palavras e o cálculo de vetores médios para as sentenças.

9.2 Naive Bayes + Word2Vec com CBOW

9.2.1 Introdução

O Naive Bayes é um classificador probabilístico amplamente utilizado em problemas de aprendizado de máquina. Ele se baseia no teorema de Bayes para estimar a probabilidade condicional das classes com base em evidências fornecidas pelas características dos dados. Junto a isso, o Word2Vec com CBOW é um algoritmo de aprendizado de representação de palavras que visa capturar as relações semânticas e sintáticas entre as palavras em um corpus de texto.

9.2.2 Método

Na abordagem que combina Naive Bayes e Word2Vec com CBOW, o Word2Vec é primeiro treinado em um corpus de texto já treinado para aprender as representações vetoriais das palavras. Em seguida, essas representações vetoriais são utilizadas como características no modelo Naive Bayes. Por isso, o *dataframe* referenciado neste tópico será o gerado no tópico anterior.

9.3.3 Resultados

No exemplo a seguir, é considerado um conjunto de dados representado por um *dataframe* df_vec. A coluna sentimento representa os valores numéricos dos sentimentos associados a cada texto, enquanto as colunas restantes, de 1 a 50, contêm as representações vetoriais das palavras. O código abaixo define a variável-alvo que será usada no treinamento do modelo de classificação.

```
target = df_vec[ 'sentimento' ]
```

Para selecionar os recursos relevantes para o modelo de classificação, é utilizado o código abaixo, que seleciona todas as linhas do *dataframe* e as colunas de 1 a 50, que correspondem às representações vetoriais das palavras. A figura a seguir demonstra o *output*.

```
feature = df_vec.iloc[:,1:50]
feature
```

| | Vetor1 | Vetor2 | Vetor3 | Vetor4 | Vetor5 | Vetor6 | Vetor7 | Vetor8 | Vetor9 | Vetor10 | ... | Vetor40 | Vetor41 | Vetor42 | Vetor43 | Vetor44 | Vetor45 | Vetor46 | Vetor47 | Vetor48 | Vetor49 |
|------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 0 | 0.216308 | -0.126807 | 0.240276 | -0.070348 | -0.016067 | 0.209095 | 0.073239 | 0.057978 | 0.061847 | 0.172586 | ... | 0.076437 | -0.272009 | 0.021205 | -0.104079 | 0.155380 | 0.091749 | -0.043675 | 0.158847 | -0.037001 | 0.020596 |
| 1 | 0.225879 | -0.123276 | 0.215921 | -0.052553 | -0.007740 | 0.207449 | 0.073616 | 0.037889 | 0.062654 | 0.167859 | ... | 0.092294 | -0.304136 | 0.003267 | -0.071278 | 0.156911 | 0.084502 | -0.004404 | 0.159728 | -0.029227 | 0.029953 |
| 2 | 0.265227 | -0.068285 | 0.152235 | -0.044329 | -0.102729 | 0.141353 | 0.092800 | 0.113174 | 0.015783 | 0.202198 | ... | -0.008447 | -0.193025 | 0.078032 | -0.202677 | 0.155750 | 0.062291 | 0.007038 | 0.134573 | 0.014635 | 0.034189 |
| 3 | 0.166258 | -0.029796 | 0.204045 | -0.297490 | 0.046077 | 0.140763 | 0.035251 | -0.174491 | 0.211817 | 0.288314 | ... | 0.183434 | -0.415105 | 0.065893 | -0.092451 | 0.308218 | -0.034692 | -0.032851 | -0.028724 | -0.068701 | 0.011158 |
| 4 | 0.192599 | -0.164825 | 0.279021 | -0.053466 | -0.041365 | 0.211765 | 0.074588 | 0.092593 | 0.094428 | 0.177284 | ... | 0.048799 | -0.253769 | 0.088143 | -0.130285 | 0.164846 | 0.077747 | -0.068860 | 0.181872 | -0.076526 | -0.003717 |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | |
| 9472 | 0.190917 | -0.133475 | 0.241675 | -0.053180 | 0.067256 | 0.201138 | 0.034109 | -0.078718 | -0.061131 | 0.187608 | ... | 0.014565 | -0.321192 | -0.082151 | 0.016113 | 0.154861 | 0.068700 | -0.004302 | 0.079717 | -0.028388 | -0.017448 |
| 9473 | 0.188641 | -0.119377 | 0.199339 | -0.105448 | 0.023176 | 0.178837 | 0.069476 | -0.004494 | 0.034710 | 0.150081 | ... | 0.071114 | -0.194663 | 0.034035 | -0.126673 | 0.165176 | 0.080313 | -0.024160 | 0.118848 | -0.003502 | 0.087053 |
| 9474 | 0.213684 | -0.135475 | 0.219169 | -0.072920 | -0.014112 | 0.203863 | 0.063960 | 0.038996 | 0.069897 | 0.170876 | ... | 0.081039 | -0.298570 | 0.034963 | -0.097084 | 0.175341 | 0.088866 | -0.047218 | 0.153991 | -0.030393 | 0.021887 |
| 9475 | 0.212646 | -0.112742 | 0.221387 | -0.078302 | -0.032960 | 0.218673 | 0.071489 | 0.038917 | 0.037444 | 0.148022 | ... | 0.065854 | -0.252245 | 0.022441 | -0.094323 | 0.150688 | 0.081716 | -0.028744 | 0.145769 | -0.028518 | 0.024455 |
| 9476 | 0.225402 | -0.137580 | 0.274046 | -0.044282 | 0.008441 | 0.249057 | 0.043162 | 0.080058 | 0.049930 | 0.108385 | ... | 0.085501 | -0.235024 | 0.007607 | -0.097939 | 0.163142 | 0.100946 | -0.034086 | 0.136629 | -0.024904 | 0.030681 |

Figura 34: Output Naive Bayes + Word2Vec com CBOW

No código abaixo, é realizado um particionamento dos dados em conjuntos de treinamento e teste usando a função `train_test_split`, ela divide um conjunto de dados em subconjuntos para fins de treinamento e avaliação de modelos de aprendizado de máquina.

```
X_train, X_test, y_train, y_test = train_test_split(feature,
target, test_size=0.2, random_state=42)
```

A primeira linha cria um objeto do tipo `GaussianNB`, que é o classificador Naive Bayes Gaussiano. Na segunda linha o modelo é treinado usando o método `fit()`, o conjunto de treinamento `X_train`, já definido, é fornecido como as características e `y_train.values.ravel()` como a variável-alvo. O método `values.ravel()` é utilizado para converter `y_train` em um array unidimensional, necessário para o treinamento do modelo. A função `predict()` é usada para fazer previsões com base nos dados de teste e as previsões resultantes são armazenadas na variável `Y_pred`. Por fim, a função `classification_report` é utilizada para imprimir o relatório de classificação, comparando as previsões `Y_pred` com as verdadeiras classes do conjunto de teste `y_test` e exibe métricas como precisão, recall, F1-score e suporte para cada classe, imagem presente após o código abaixo.

```
clf = GaussianNB()
clf = clf.fit(X_train,y_train.values.ravel())
Y_pred = clf.predict(X_test)
print(classification_report(y_test, Y_pred))
```

Relatório de classificação:

| | precision | recall | f1-score | support |
|---|-----------|--------|----------|---------|
| 0 | 0.29 | 0.69 | 0.41 | 417 |
| 1 | 0.74 | 0.45 | 0.56 | 855 |
| 2 | 0.37 | 0.24 | 0.29 | 624 |

| | | | |
|--------------|------|-------------|------|
| accuracy | | 0.43 | 1896 |
| macro avg | 0.47 | 0.46 | 0.42 |
| weighted avg | 0.52 | 0.43 | 0.44 |

A função `accuracy_score(y_test, Y_pred)` abaixo é usada para comparar as previsões feitas pelo modelo (`Y_pred`) com as verdadeiras classes do conjunto de teste (`y_test`), definindo à variável `acc_score`. Para exibir o resultado de forma mais legível, a porcentagem da precisão é formatada com a função `format()` do Python. A expressão "`{:.2%}`".`format(acc_score)` indica que a formatação com 2 casas decimais e o símbolo de porcentagem.

```
acc_score = accuracy_score(y_test, Y_pred)
format_output = "{:.2%}".format(acc_score)
print("Precisão final de :", format_output)

output: Precisão final de : 43.35%
```

9.4.4 Conclusão

O modelo Word2Vec com CBOW é capaz de capturar informações contextuais e semânticas das palavras, fornecendo representações vetoriais que preservam relações entre as palavras. Essas representações vetoriais são úteis para entender a semelhança e a estrutura do texto, enriquecendo a qualidade das características utilizadas pelo Naive Bayes.

9.3 Word2Vec com o corpus

9.3.1 Introdução

Uma das principais técnicas usadas no Word2Vec é a camada de embedding. Essa camada é responsável por mapear palavras individuais para vetores de números reais em um espaço de alta dimensão. Cada palavra é representada por um vetor denso, onde as dimensões desse vetor capturam informações contextuais e semânticas sobre a palavra.

9.3.2 Método

Nesse caso o Word2Vec é treinado diretamente no corpus do `dataframe`, ao invés de já ter um modelo pré treinado. Para realizar esse processo, é utilizado a biblioteca `gensim.models`, importando o Word2Vec.

9.3.3 Resultados

O código abaixo se inicia com a importação da classe Word2Vec da biblioteca Gensim, que é usada para treinar o modelo. Em seguida, a função `train_word2vec()` recebe dois parâmetros: `df`, que é o `dataframe`, e `column_name`, que é o nome da coluna que contém as frases *tokenizadas*.

A variável `sentences` é inicializada com uma lista das frases *tokenizadas* presentes na coluna especificada. A função `tolist()` é usada para converter os valores da coluna em uma lista.

Em seguida, o modelo é treinado usando a função Word2Vec do Gensim. O parâmetro `sentences` é passado para representar o corpus de treinamento, já o parâmetro `min_count=1` indica que todas as palavras devem ter pelo menos uma ocorrência para serem consideradas no treinamento. E por fim, o modelo é retornado.

```
from gensim.models import Word2Vec

def train_word2vec(df, column_name):
    sentences = df[column_name].tolist()
    model = Word2Vec(sentences, min_count=1)
    return model
```

A primeira função abaixo recebe dois parâmetros: `model`, que é o modelo Word2Vec treinado, e `sentence`, que é uma lista de palavras *tokenizadas* representando uma frase. A seguir, é inicializada uma lista vazia chamada `vectors` para armazenar os vetores de palavras.

Em seguida, ocorre um loop sobre cada palavra na lista `sentence`. A propriedade `model.wv` verifica se a palavra está presente no vocabulário do modelo Word2Vec, e caso esteja presente, o seu vetor é obtido usando `model.wv[word]` e adicionado à lista `vectors`.

Depois de iterar todas as palavras da frase, é feita uma verificação se a lista `vectors` contém algum vetor, e se houver, eles são somados usando `np.sum(vectors, axis=0)` para obter um vetor que representa a frase como um todo. Esse vetor é então normalizado dividindo-o pelo número de palavras na frase (`len(sentence)`) para obter a média dos vetores. Porém, caso a lista `vectors` esteja vazia, é retornado um vetor de zeros com o mesmo tamanho dos vetores do modelo (`np.zeros(model.vector_size)`).

```
def get_word_vectors(model, sentence):
    vectors = []
    for word in sentence:
        if word in model.wv:
            vectors.append(model.wv[word]) # Append na lista de
    vetores
    if vectors:
        return np.sum(vectors, axis=0)/len(sentence) # Soma dos
    vetores para cada frase
    else:
        return np.zeros(model.vector_size)
```

A segunda função recebe três parâmetros: `df`, que é um dataframe contendo os dados, `column_name`, que é o nome da coluna, e `model`, que é o modelo Word2Vec treinado. Primeiramente, a função converte as frases *tokenizadas* da coluna especificada em uma lista chamada `sentences`, e em seguida, ocorre um loop sobre cada frase na lista. Para cada frase, a função `get_word_vectors` é chamada para obter o vetor representativo da frase.

Os vetores resultantes para cada frase são armazenados na lista `vectors`, que é construída utilizando uma compreensão de lista, onde cada elemento da lista é o vetor. Após iterar por todas as frases, é criado um novo *dataframe* chamado `df_vectors`, onde cada coluna representa uma dimensão do vetor. O número de colunas é determinado pelo tamanho dos vetores do modelo (`model.vector_size`). O `df_vectors` é então concatenado ao dataframe original `df` usando a função `pd.concat`, resultando no dataframe final `df_word2vec`.

```
def create_word2vec_dataframe(df, column_name, model):
    sentences = df[column_name].tolist()
    vectors = [get_word_vectors(model, sentence) for sentence in
    sentences]
    df_vectors = pd.DataFrame(vectors, columns=[f"Vetor{i}" for i
    in range(model.vector_size)])
    df_word2vec = pd.concat([df, df_vectors], axis=1)
    return df_word2vec
```

Por fim, as funções são testadas no *dataframe* original.

9.3.4 Conclusão

O código apresentado ilustra como treinar um modelo Word2Vec usando a biblioteca Gensim e como criar um dataframe com vetores de palavras para frases *tokenizadas* usando esse modelo. E o Word2Vec com a camada de embedding é uma abordagem poderosa para aprender representações vetoriais de palavras em tarefas de processamento de linguagem natural.

9.4 Naive Bayes + Word2Vec com o corpus

9.4.1 Introdução

Da mesma forma que o Naive Bayes funciona com o Word2Vec + CBOW é o jeito que funciona com esse modelo, o Word2Vec com o corpus. A grande diferença é que o segundo não utiliza um modelo já pré treinado, o que pode ou não melhorar o resultado final.

9.4.2 Método

Na abordagem que combina Naive Bayes e Word2Vec com o corpus, o Word2Vec é treinado com o corpus do *dataset*. Em seguida, essas representações vetoriais são utilizadas como características no modelo Naive Bayes.

9.4.3 Resultados

A primeira etapa a ser feita é a separação entre teste e treino, como mostra os códigos abaixo. O primeiro, cria a variável `target`, que armazena a coluna chamada `sentimentoNumerico` do `df_word2vec`, onde cada valor nessa coluna representa o sentimento atribuído. Essa variável `target` será usada posteriormente como o objetivo de indicar qual sentimento é esperado para cada instância do corpus.

```
target = df_word2vec['sentimentoNumerico']
```

O segundo, cria a variável `feature`, que contém um recorte do `df_word2vec`. Mais especificamente, todas as linhas e todas as colunas da posição 2 até a posição 101 são selecionadas. Cada valor dessa variável `feature` representa um componente do vetor Word2Vec associado a uma palavra específica do texto.

```
feature = df_word2vec.iloc[:,2:102]
```

| | Vetor0 | Vetor1 | Vetor2 | Vetor3 | Vetor4 | Vetor5 | Vetor6 | Vetor7 | Vetor8 | Vetor9 | ... | Vetor90 | Vetor91 | Vetor92 | Vetor93 | Vetor94 | Vetor95 | Vetor96 | Vetor97 | Vetor98 | Vetor99 |
|------|----------|----------|-----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----|-----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| 0 | 0.428724 | 0.432991 | -0.069373 | -0.390625 | 0.167993 | 0.150017 | -0.125445 | -0.307210 | -0.142480 | 0.231476 | ... | 0.158695 | -0.021530 | 0.064255 | 0.200677 | -0.343568 | -0.150278 | 0.230582 | 0.138340 | 0.116164 | 0.015622 |
| 1 | 0.403599 | 0.396930 | -0.090693 | -0.378203 | 0.168807 | 0.165952 | -0.137153 | -0.299938 | -0.132476 | 0.258859 | ... | 0.149624 | -0.021719 | 0.076423 | 0.185731 | -0.343840 | -0.103155 | 0.225854 | 0.109737 | 0.125461 | 0.038688 |
| 2 | 0.415616 | 0.379824 | -0.028566 | -0.463731 | 0.139106 | 0.132234 | -0.182196 | -0.331240 | -0.126577 | 0.281796 | ... | 0.159725 | 0.068124 | 0.105851 | 0.169309 | -0.307872 | 0.016729 | 0.325074 | 0.177072 | 0.128467 | -0.057827 |
| 3 | 0.043417 | 0.729222 | -0.035962 | -0.106024 | 0.147785 | 0.231467 | -0.147459 | -0.076083 | -0.280814 | 0.387266 | ... | -0.018889 | -0.232910 | 0.265774 | 0.039684 | -0.324337 | 0.001886 | 0.156238 | -0.021588 | 0.092202 | 0.265736 |
| 4 | 0.330063 | 0.426375 | -0.119240 | -0.384473 | 0.195382 | 0.153858 | -0.135111 | -0.289961 | -0.199326 | 0.239902 | ... | 0.185977 | -0.036598 | 0.019594 | 0.171955 | -0.361425 | -0.090451 | 0.166682 | 0.058767 | 0.070553 | 0.079802 |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | |
| 9472 | 0.381040 | 0.407306 | -0.065901 | -0.504870 | 0.080631 | 0.252352 | -0.074826 | -0.285107 | -0.200422 | 0.303381 | ... | 0.134118 | 0.041042 | 0.041759 | 0.281209 | -0.357967 | -0.192821 | 0.302168 | 0.098228 | 0.154049 | 0.025645 |
| 9473 | 0.395917 | 0.530222 | -0.039731 | -0.400390 | 0.122958 | 0.180124 | -0.127471 | -0.352738 | -0.170759 | 0.313089 | ... | 0.110479 | 0.000207 | 0.061072 | 0.156445 | -0.315394 | -0.072328 | 0.232020 | 0.139051 | 0.095105 | 0.036066 |
| 9474 | 0.428604 | 0.398613 | -0.022072 | -0.430962 | 0.147732 | 0.159678 | -0.106857 | -0.310669 | -0.122632 | 0.232796 | ... | 0.149765 | -0.004145 | 0.061801 | 0.212190 | -0.354424 | -0.174809 | 0.281553 | 0.152908 | 0.108495 | 0.006989 |
| 9475 | 0.472402 | 0.341054 | -0.040685 | -0.382366 | 0.148118 | 0.116719 | -0.172834 | -0.373485 | -0.039884 | 0.235572 | ... | 0.251312 | 0.017855 | 0.042332 | 0.199385 | -0.370954 | -0.160366 | 0.176536 | 0.147924 | 0.046004 | -0.067451 |
| 9476 | 0.428157 | 0.487541 | -0.017883 | -0.453064 | 0.102162 | 0.114602 | -0.153672 | -0.347261 | -0.136811 | 0.277927 | ... | 0.149623 | 0.020280 | 0.048169 | 0.159178 | -0.410129 | -0.087800 | 0.274279 | 0.128100 | 0.093122 | 0.044570 |

Figura 35: Output feature

Os códigos a seguir são os mesmos utilizados anteriormente para a separação de treino e teste no Naive Bayes e avaliação do modelo, e a seguir há uma imagem com os resultados obtidos.

```
X_train, X_test, y_train, y_test = train_test_split(feature,  
target, test_size=0.2, random_state=42)
```

```
clf = GaussianNB()  
clf = clf.fit(X_train,y_train.values.ravel())  
Y_pred = clf.predict(X_test)  
print(classification_report(y_test, Y_pred))
```

Relatório de classificação:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--|-----------|--------|----------|---------|
|--|-----------|--------|----------|---------|

| | | | | |
|---|------|------|------|-----|
| 0 | 0.30 | 0.77 | 0.43 | 417 |
|---|------|------|------|-----|

| | | | | |
|--------------|------|------|-------------|------|
| 1 | 0.77 | 0.45 | 0.57 | 855 |
| 2 | 0.34 | 0.17 | 0.22 | 624 |
| accuracy | | | 0.43 | 1896 |
| macro avg | 0.47 | 0.46 | 0.41 | 1896 |
| weighted avg | 0.52 | 0.43 | 0.42 | 1896 |

9.4.4 Conclusão

Em conclusão, o código apresentado realiza a preparação dos dados e a divisão do conjunto de características e rótulos para aplicação do método Naive Bayes com o Word2Vec. O objetivo desse código é realizar a classificação ou análise de texto com base nos vetores Word2Vec gerados a partir do corpus.

9.5 Naive Bayes + Bow

9.5.1 Introdução

Esse modelo junta o algoritmo Naive Bayes com um modelo de vetorização, já explicado, que é o BoW. Se espera que, com essa junção, os resultados sejam promissores nesta tarefa de classificação de texto. Todos os modelos que serão apresentados foram rodados com a base de dados com o pré-processamento da Sprint 3 e Sprint 4, por isso serão apresentados os resultados dos dois *dataframes*.

9.5.2 Método

9.5.2.1 Cross Validation

Cross validation é uma técnica usada para avaliar a capacidade de um modelo de generalizar para novos dados, que consiste em dividir o conjunto de dados em partes menores, treinar o modelo em uma parte e testá-lo em outra. Esse processo é repetido várias vezes e a média das métricas de avaliação é usada para avaliar o desempenho do modelo.

9.5.2.2 Grid Search

Grid search é uma técnica de busca de hiperparâmetros usada para encontrar a melhor combinação de valores para um modelo de aprendizado de máquina, que consiste em definir um conjunto de valores para cada hiperparâmetro e treinar e avaliar o modelo com todas as combinações possíveis. O conjunto de hiperparâmetros que produz a melhor métrica de avaliação é selecionado como a configuração final do modelo.

9.5.3 Resultados

9.5.3.1 Naive Bayes

Primeiramente, o objeto `LabelEncoder()` é criado, a fim de transformar as classes de texto em números inteiros, já que o *Naive Bayes* somente trabalha com valores numéricos. O encoder é ajustado nos dados da coluna `sentimento` do `df`, e as classes são transformadas em números inteiros usando o método `fit_transform`, armazenando-os na variável `sentimento`. Em seguida, os dados são divididos em conjuntos de treino e teste usando a função `train_test_split`, os conjuntos de treino (`X_treino` e `y_treino`) e teste (`X_teste` e `y_teste`) são criados a partir dos dados do `bow_model` e dos rótulos transformados, com 20% dos dados destinados ao conjunto de teste e o restante para o conjunto de treino.

```
encoder = LabelEncoder()

sentimento = encoder.fit_transform(df['sentimento'])

X_treino, X_teste, y_treino, y_teste = train_test_split(bow_model,
    sentimento, test_size=0.2, random_state=42)
```

Após a divisão dos dados, o objeto do tipo `MultinomialNB()` é criado, e o modelo é treinado usando o conjunto de treino através do método `fit`, passando as matrizes de treino e os rótulos correspondentes. A próxima etapa é fazer a predição usando os dados de teste, por isso o método `predict` é aplicado ao modelo treinado usando os dados de teste, gerando previsões numéricas para as classes. Estas são decodificadas para obter as classes originais usando o método `inverse_transform` e são armazenadas na variável `predicao`. Por fim, é impresso o relatório de classificação.

```
modelo = MultinomialNB()
modelo.fit(X_treino, y_treino)

predicao_numerica = modelo.predict(X_teste)

predicao = encoder.inverse_transform(predicao_numerica)

print(classification_report(df['sentimento'].iloc[y_teste],
    predicao))
```

Abaixo é possível observar o código necessário para criar a matriz de confusão, onde esta é calculada usando a função `confusion_matrix(df['sentimento'].iloc[y_teste], predicao)`, que recebe

como parâmetros os rótulos verdadeiros (`df['sentimento'].iloc[y_teste]`) e as previsões feitas pelo modelo (`predicao`). Após calcular a matriz de confusão, uma lista chamada `classes` é definida, contendo os nomes das classes presentes no problema, que serão utilizados para rotular as classes na matriz de confusão. Em seguida, é criada uma figura de plotagem com as dimensões especificadas usando `plt.figure(figsize=(8, 6))`. A função `sns.heatmap()` é chamada para criar o mapa de calor, os parâmetros são: `cm` é que é a matriz de confusão, `annot=True` e `fmt='g'` utilizados para exibir os valores da matriz nas células, `cmap='Blues'` que define a paleta de cores a ser utilizada no mapa de calor, e por último, os rótulos dos eixos x e y são definidos com base na lista de classes usando os parâmetros `xlabel` e `ylabel`.

```
cm = confusion_matrix(df['sentimento'].iloc[y_teste], predicao)
classes = ['Classe 1', 'Classe 2', 'Classe 3']
plt.figure(figsize=(8, 6))
sns.heatmap(cm, annot=True, cmap='Blues', fmt='g',
            xlabel='Classe Preditiva',
            ylabel='Classe Verdadeira')
plt.title('Matriz de Confusão')
plt.show()
```

Relatório de Classificação - Sprint 3:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0 |
| 1 | 0.88 | 0.46 | 0.61 | 1230 |
| 2 | 0.63 | 0.76 | 0.69 | 612 |
| accuracy | | | 0.56 | 1842 |
| macro avg | 0.50 | 0.41 | 0.43 | 1842 |
| weighted avg | 0.79 | 0.56 | 0.63 | 1842 |

Matriz de Confusão - Sprint 3:

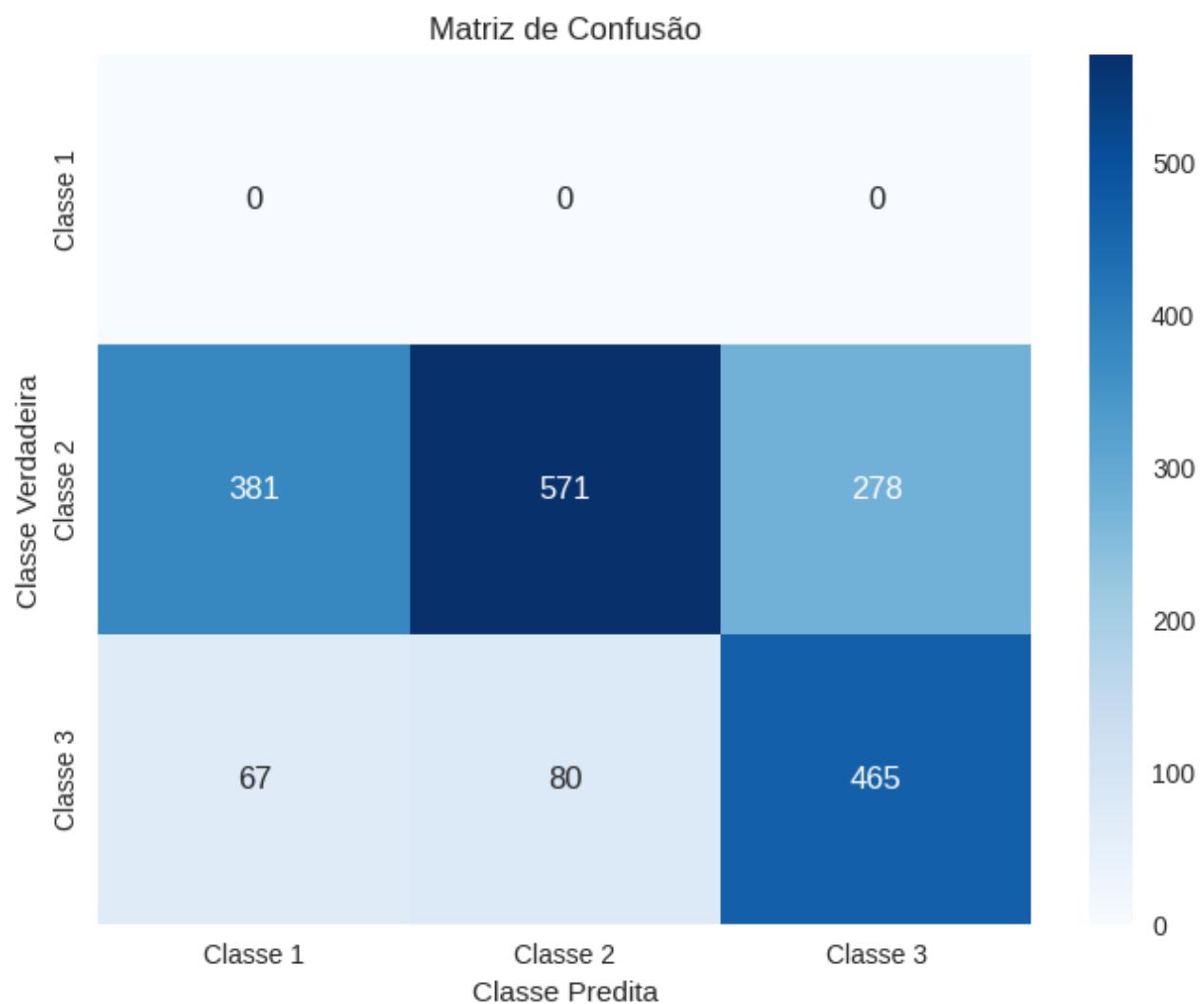


Figura 36: Matriz de confusão Naive Bayes - Sprint 3

Relatório de Classificação - Sprint 4:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|--------|----------|---------|
| 0 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0 |
| 1 | 0.85 | 0.30 | 0.45 | 957 |
| 2 | 0.66 | 0.79 | 0.72 | 651 |
| accuracy | | | 0.50 | 1608 |
| macro avg | 0.50 | 0.36 | 0.39 | 1608 |
| weighted avg | 0.77 | 0.50 | 0.56 | 1608 |

Matriz de Confusão - Sprint 4:

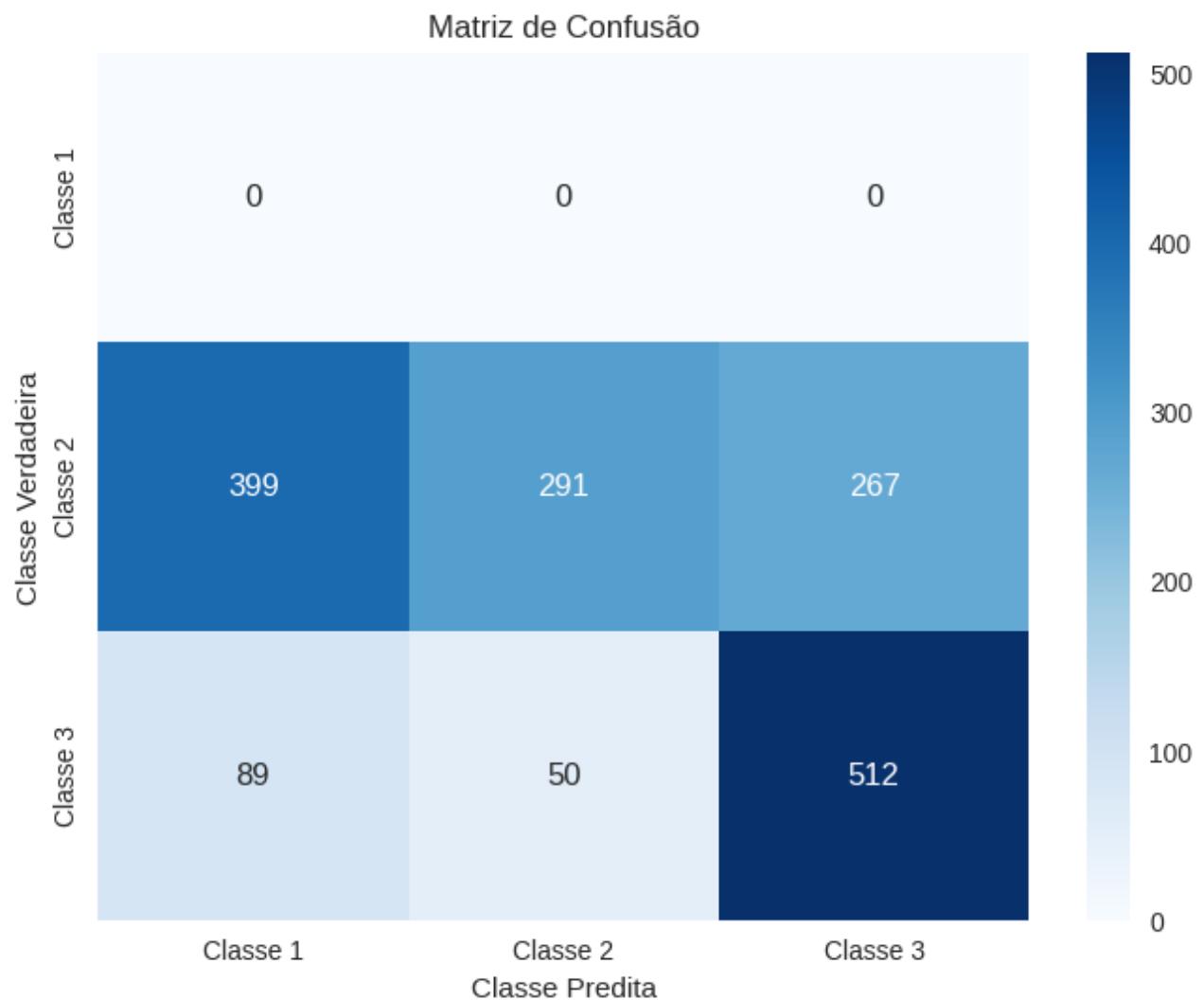


Figura 37: Matriz de confusão Naive Bayes - Sprint 4

9.5.3.1 Naive Bayes - Cross Validation

Na primeira linha, o código utiliza a função `cross_val_score` para calcular as pontuações de *Cross Validation* do modelo, este é avaliado utilizando o conjunto de features `bow_model` e os rótulos de classe `sentimento`, o parâmetro `cv=7` especifica que a *cross validation* será realizada em 7 folds. A seguir, o código imprime a média das pontuações obtidas, utilizando a função `mean()` no objeto `scores`, que representa o desempenho médio do modelo em todos os folds.

```

scores = cross_val_score(modelo, bow_model, sentimento, cv=7)

print('Acurácia média:', scores.mean())

output:
Acurácia média: 0.6724311486588003 Sprint 3
Acurácia média: 0.6263681362502335 Sprint 4

```

Em seguida, o código utiliza a função `cross_val_predict` para fazer as previsões do modelo, os parâmetros chamados são os mesmos da função descrita no último parágrafo: `modelo`, `bow_model`, `sentimento`, `cv=7`. Na segunda linha, é utilizado o objeto `encoder` para decodificar as classes preditas (`predicoes`) de volta aos seus valores originais. Por fim, o código imprime o relatório de classificação usando a função `classification_report`.

```
predicoes = cross_val_predict(modelo, bow_model, sentimento, cv=7)

predicao = encoder.inverse_transform(predicoes)

print('Relatório de Classificação:')
print(classification_report(df['sentimento'], predicao))
```

O código da Matriz de Confusão do Naive Bayes com Cross Validation é o mesmo do apresentado anteriormente.

Relatório de Classificação - Sprint 3:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.63 | 0.73 | 0.68 | 1974 |
| 1 | 0.78 | 0.58 | 0.67 | 4012 |
| 2 | 0.62 | 0.75 | 0.68 | 3221 |
| accuracy | | | 0.67 | 9207 |
| macro avg | 0.67 | 0.69 | 0.67 | 9207 |
| weighted avg | 0.69 | 0.67 | 0.67 | 9207 |

Matriz de Confusão - Sprint 3:

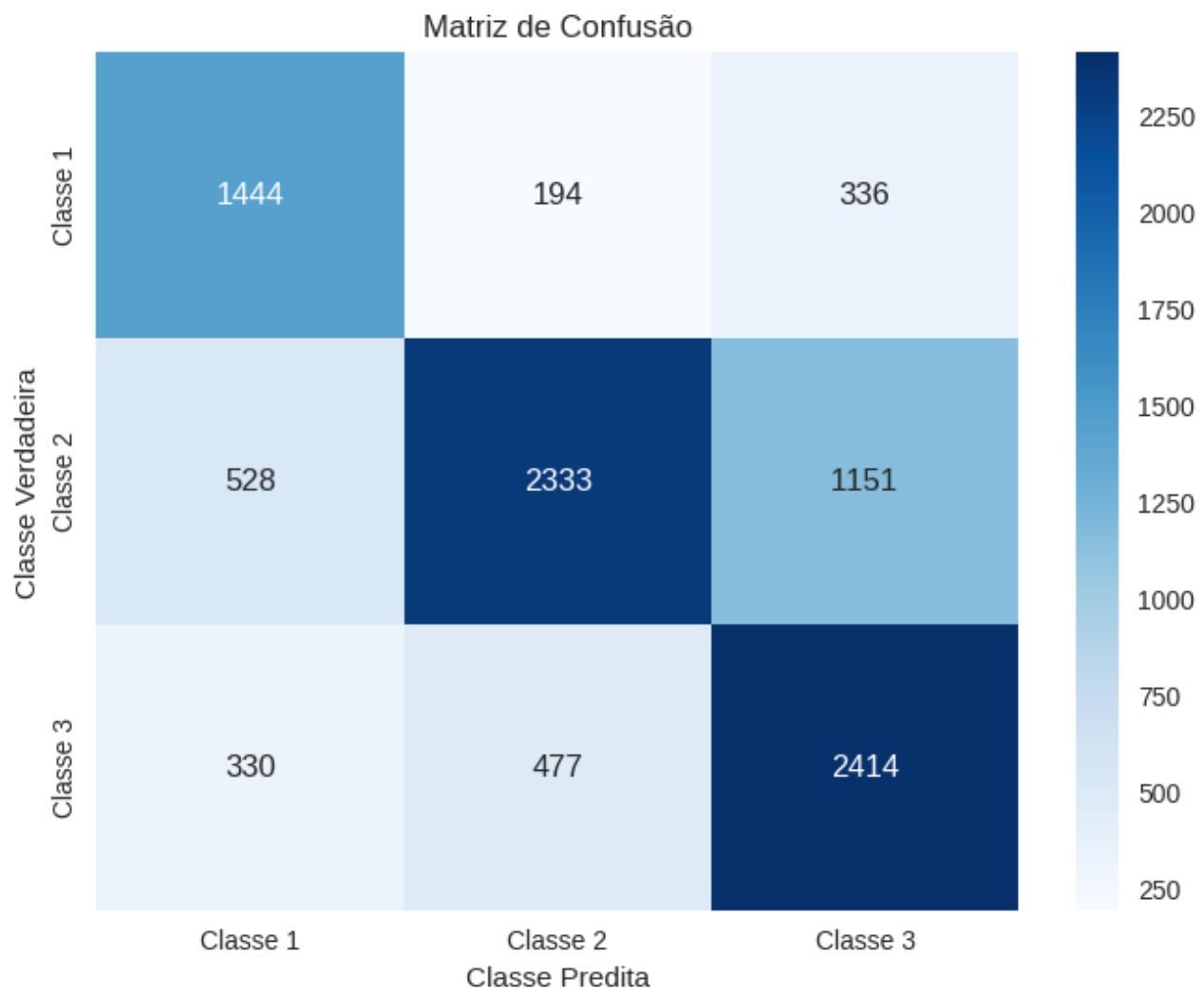


Figura 38: Matriz de confusão Naive Bayes Cross Validation - Sprint 3

Relatório de Classificação - Sprint 4:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.58 | 0.75 | 0.65 | 1970 |
| 1 | 0.73 | 0.36 | 0.48 | 2918 |
| 2 | 0.62 | 0.79 | 0.70 | 3152 |
| accuracy | | | 0.63 | 8040 |
| macro avg | 0.64 | 0.64 | 0.61 | 8040 |
| weighted avg | 0.65 | 0.63 | 0.61 | 8040 |

Matriz de Confusão - Sprint 4:

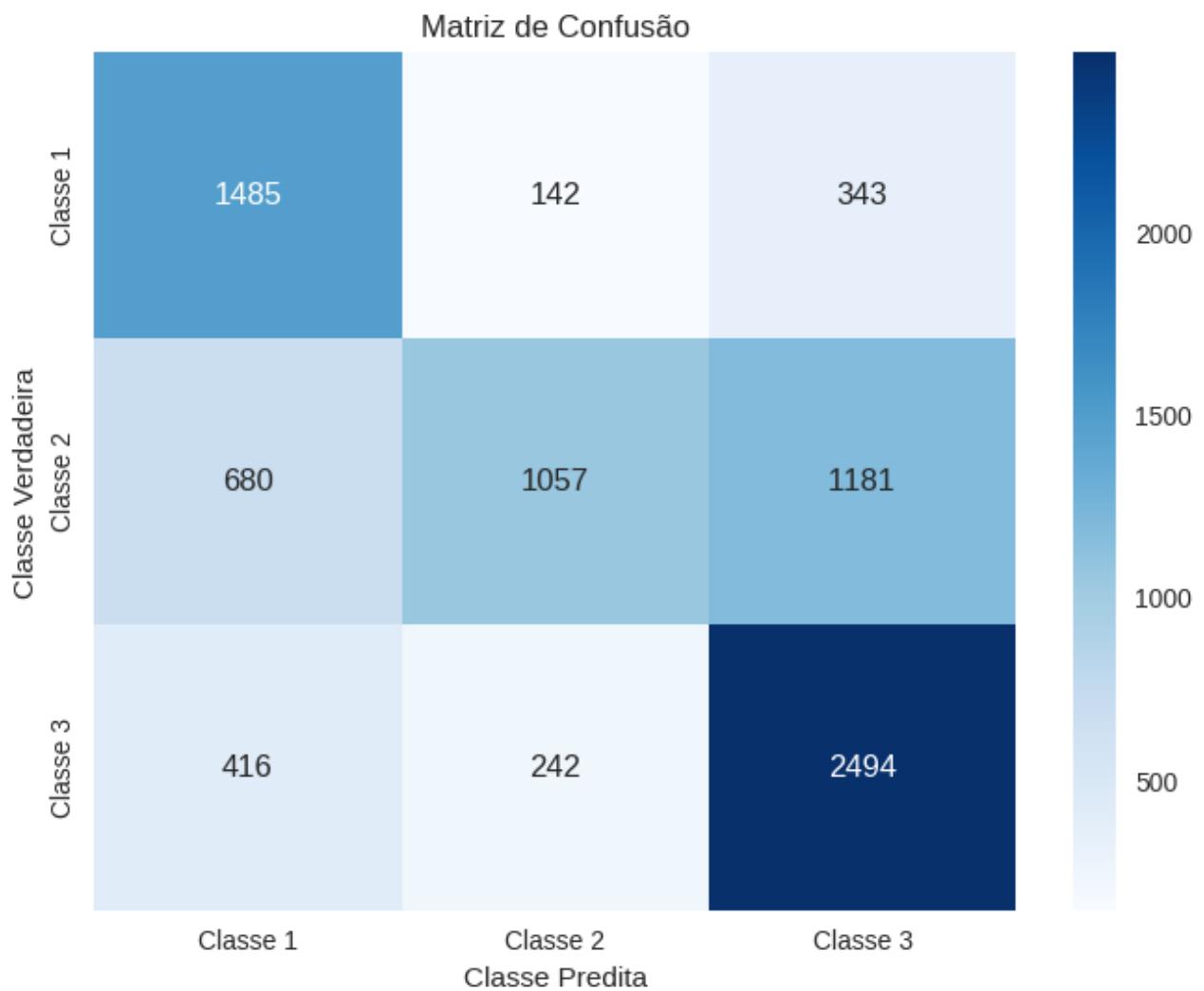


Figura 39: Matriz de confusão Naive Bayes Cross Validation - Sprint 4

9.5.3.1 Naive Bayes - Grid Search

Na primeira linha, são definidos os valores a serem testados para os hiperparâmetros do modelo, e nesse caso, o hiperparâmetro `alpha` será testado com os valores `[0.1, 0.5, 1.0, 2.0, 5.0]`, e o hiperparâmetro `fit_prior` será testado com os valores `[True, False]`. Em seguida, na terceira linha, uma instância do modelo Naive Bayes Multinomial é criada utilizando a classe `MultinomialNB()`.

```
parametros = {'alpha': [0.1, 0.5, 1.0, 2.0, 5.0], 'fit_prior':
[True, False]}

modelo = MultinomialNB()
```

A seguir, é criada uma instância do objeto `GridSearchCV`, que é utilizado para realizar uma busca exaustiva dos melhores hiperparâmetros para o modelo, esse objeto recebe o modelo criado, os parâmetros a serem testados, o número de folds para a validação cruzada (`cv=5`) e a métrica de avaliação a ser utilizada

(scoring="accuracy"). Na próxima linha, o modelo é treinado através do método `fit()` do objeto `grid`, e os dados de treino (`X_treino` e `y_treino`) são utilizados para treinar o modelo e encontrar os melhores hiperparâmetros. Por último, os melhores hiperparâmetros são exibidos pelo atributo `best_params_` e a melhor acurácia com o atributo `best_score_`.

```
grid = GridSearchCV(modelo, parametros, cv=5, scoring='accuracy')

grid.fit(X_treino, y_treino)

print('Melhores hiperparâmetros:', grid.best_params_)
print('Melhor acurácia:', grid.best_score_)

output:  
Sprint 3:
Melhores hiperparâmetros: {'alpha': 0.5, 'fit_prior': True}
Melhor acurácia: 0.693550577053632
Sprint 4:
Melhores hiperparâmetros: {'alpha': 1.0, 'fit_prior': True}
Melhor acurácia: 0.6517396721129225
```

A seguir, um novo modelo é criado com os melhores hiperparâmetros encontrados. O `alpha` e o `fit_prior` são definidos de acordo com os valores ótimos encontrados pelo `GridSearchCV`, e esse novo modelo é treinado com os dados de treino. Após o treinamento, o modelo é utilizado para fazer a predição dos dados de teste (`X_teste`), que são retornadas como valores numéricos. Por meio do objeto `encoder`, as classes preditas numéricas são decodificadas.

```
modelo = MultinomialNB(alpha=grid.best_params_['alpha'],
fit_prior=grid.best_params_['fit_prior'])
modelo.fit(X_treino, y_treino)

predicao_numerica = modelo.predict(X_teste)

predicao = encoder.inverse_transform(predicao_numerica)
```

Por fim, a função `accuracy_score` é utilizada, e nela são passados dois argumentos: o primeiro argumento, `df['sentimento'].iloc[y_teste]`, refere-se às classes reais do conjunto de teste, e o segundo argumento é o `predicao`, que representa as classes preditas pelo modelo para o conjunto de teste. Por fim, o resultado da acurácia é exibido na tela utilizando a função `print`.

```
acuracia = accuracy_score(df['sentimento'].iloc[y_teste],  
predicao)  
print('Acurácia no conjunto de teste:', acuracia)
```

Sprint 3:

Acurácia no conjunto de teste: 0.5537459283387622

Sprint 4:

Acurácia no conjunto de teste: 0.4993781094527363

O próximo código calcula a revocação do modelo descrito. Primeiramente, é definida uma grade de valores para os hiperparâmetros a serem testados, que são os mesmos definidos anteriormente, em seguida, é criada uma instância do modelo MultinomialNB.

```
parametros = {'alpha': [0.1, 0.5, 1.0, 2.0, 5.0], 'fit_prior':  
[True, False]}  
  
modelo = MultinomialNB()
```

Após isso, é criada uma instância da métrica de avaliação 'recall', que é uma medida de desempenho que indica a proporção de instâncias positivas corretamente classificadas em relação ao total de instâncias positivas. Neste caso, a média 'macro' é utilizada, o que significa que o recall será calculado para cada classe individualmente e a média desses valores será obtida. Na próxima linha, é criado uma instância do objeto GridSearchCV, que realiza a busca exaustiva de hiperparâmetros através da validação cruzada. Ele recebe os três primeiros parâmetros iguais ao código anterior, e o último há uma mudança de *scoring*, de *accuracy* para *recall* (*scoring=recall*).

```
parametros = {'alpha': [0.1, 0.5, 1.0, 2.0, 5.0], 'fit_prior':  
[True, False]}  
  
modelo = MultinomialNB()  
  
recall = make_scorer(recall_score, average='macro')  
  
grid = GridSearchCV(modelo, parametros, cv=5, scoring=recall)
```

Por último, o modelo é treinado por meio do método *fit*, passando os dados de treinamento (*X_treino*) e os rótulos correspondentes (*y_treino*). E os resultados são exibidos pela função *print*.

```
grid.fit(X_treino, y_treino)
```

```

print('Melhores hiperparâmetros:', grid.best_params_)
print('Melhor revocação:', grid.best_score_)

output:
Sprint 3:
Melhores hiperparâmetros: {'alpha': 0.1, 'fit_prior': True}
Melhor revocação: 0.7103233123310607
Sprint 4:
Melhores hiperparâmetros: {'alpha': 0.5, 'fit_prior': True}
Melhor revocação: 0.6609166980005126

```

9.5.4 Conclusão

Pode-se concluir que esse modelo teve resultados satisfatórios para o projeto, e que o grupo pode tirar diversos *insights*. Além disso, pode-se perceber que o pré processamento feito na Sprint 4 não obteve um melhor sucesso, comparado com a Sprint 3, nesse modelo.

9.6 Random Forest + BoW

9.6.1 Introdução

Foi criado um modelo de *Random Forest* juntamente do processo de vetorização *Bag of Words*. Esse modelo é um algoritmo de aprendizado de máquina que combina várias árvores de decisão para formar um modelo mais preciso e robusto, criando várias árvores de decisão independentes, onde cada árvore é treinada em uma amostra aleatória do conjunto de dados e um subconjunto aleatório das características. Para fins de comparação, foram desenvolvidos códigos que têm a base de dados diferentes.

9.6.2 Método

9.6.2.1 Cross validation

Cross validation é uma técnica usada para avaliar a capacidade de um modelo de generalizar para novos dados, que consiste em dividir o conjunto de dados em partes menores, treinar o modelo em uma parte e testá-lo em outra. Esse processo é repetido várias vezes e a média das métricas de avaliação é usada para avaliar o desempenho do modelo.

9.6.2.2 Grid search

Grid search é uma técnica de busca de hiperparâmetros usada para encontrar a melhor combinação de valores para um modelo de aprendizado de máquina, que consiste em definir um conjunto de valores para cada hiperparâmetro e treinar e avaliar o modelo com todas as combinações possíveis. O conjunto de hiperparâmetros que produz a melhor métrica de avaliação é selecionado como a configuração final do modelo.

9.6.3 Resultado

9.6.3.1 Random Forest

Primeiramente, uma instância do modelo *Random Forest* é criada utilizando a classe `RandomForestClassifier` e atribuída à variável `rfc`, representando um modelo de classificação baseado nesta técnica. Em seguida, o modelo é treinado utilizando os dados de treino fornecidos, que são compostos pelos recursos (`X_treino`) e as classes correspondentes (`y_treino`). O método `fit` é chamado na instância do modelo, que ajusta o modelo aos dados de treino, permitindo que ele aprenda os padrões presentes nos dados.

```
rfc = RandomForestClassifier()  
  
rfc.fit(X_treino, y_treino)
```

Após o treinamento, o modelo é utilizado para fazer previsões nos dados de teste, utilizando o método `predict` do modelo treinado e fornecendo os recursos de teste (`X_teste`), são geradas as previsões para as classes. Para avaliar o desempenho do modelo, é calculada a acurácia, que é uma métrica que mede a proporção de exemplos corretamente classificados em relação ao total de exemplos. A função `accuracy_score` é utilizada para calcular a acurácia, recebendo como parâmetros as classes verdadeiras (`y_teste`) e as classes previstas (`y_pred`) pelo modelo. A seguir, a função `np.unique(y_pred)` é utilizada para obter os valores únicos das previsões feitas pelo modelo e, em seguida, a função `len()` é aplicada para obter o número de valores únicos. Essa linha verifica se o número de classes de saída únicas é igual a 1. Caso a condição seja verdadeira, o modelo tem apenas uma classe de saída possível, onde será exibida uma mensagem na tela usando a função `print()`. Caso contrário, o código chama a função `classification_report(y_teste, y_pred)`, que recebe os rótulos verdadeiros e as previsões feitas pelo modelo como parâmetros.

```
y_pred = rfc.predict(X_teste)  
  
acuracia = accuracy_score(y_teste, y_pred)  
  
if len(np.unique(y_pred)) == 1:  
    print("O modelo tem apenas uma classe de saída possível.")  
else:  
    classification = classification_report(y_teste, y_pred)  
    print("\nRelatório de Classificação:")  
    print(classification)
```

Abaixo é possível observar o código necessário para criar a matriz de confusão, onde esta é calculada usando a função `confusion_matrix(y_teste, y_pred)`, que recebe como parâmetros os rótulos verdadeiros (`y_teste`) e as previsões feitas pelo modelo (`y_pred`). Após calcular a matriz de confusão, uma lista chamada `classes` é definida, contendo os nomes das classes presentes no problema, que serão utilizados para rotular as classes na matriz de confusão. Em seguida, é criada uma figura de plotagem com as dimensões especificadas usando `plt.figure(figsize=(8, 6))`. A função `sns.heatmap()` é chamada para criar o mapa de calor, os parâmetros são: `cm` é que é a matriz de confusão, `annot=True` e `fmt='g'` utilizados para exibir os valores da matriz nas células, `cmap='Blues'` que define a paleta de cores a ser utilizada no mapa de calor, e por último, os rótulos dos eixos x e y são definidos com base na lista de classes usando os parâmetros `xlabel` e `ylabel`.

```
cm = confusion_matrix(y_teste, y_pred)
classes = ['Classe 1', 'Classe 2', 'Classe 3']
plt.figure(figsize=(8, 6))
sns.heatmap(cm, annot
=True, cmap='Blues', fmt='g', xlabel='Classe Predita',
ylabel='Classe Verdadeira')
plt.title('Matriz de Confusão')
plt.show()
```

Relatório de Classificação - Sprint 3:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.69 | 0.50 | 0.58 | 386 |
| 1 | 0.76 | 0.74 | 0.75 | 844 |
| 2 | 0.64 | 0.77 | 0.70 | 612 |
| accuracy | | | 0.70 | 1842 |
| macro avg | 0.70 | 0.67 | 0.68 | 1842 |
| weighted avg | 0.71 | 0.70 | 0.70 | 1842 |

Matriz de Confusão - Sprint 3:

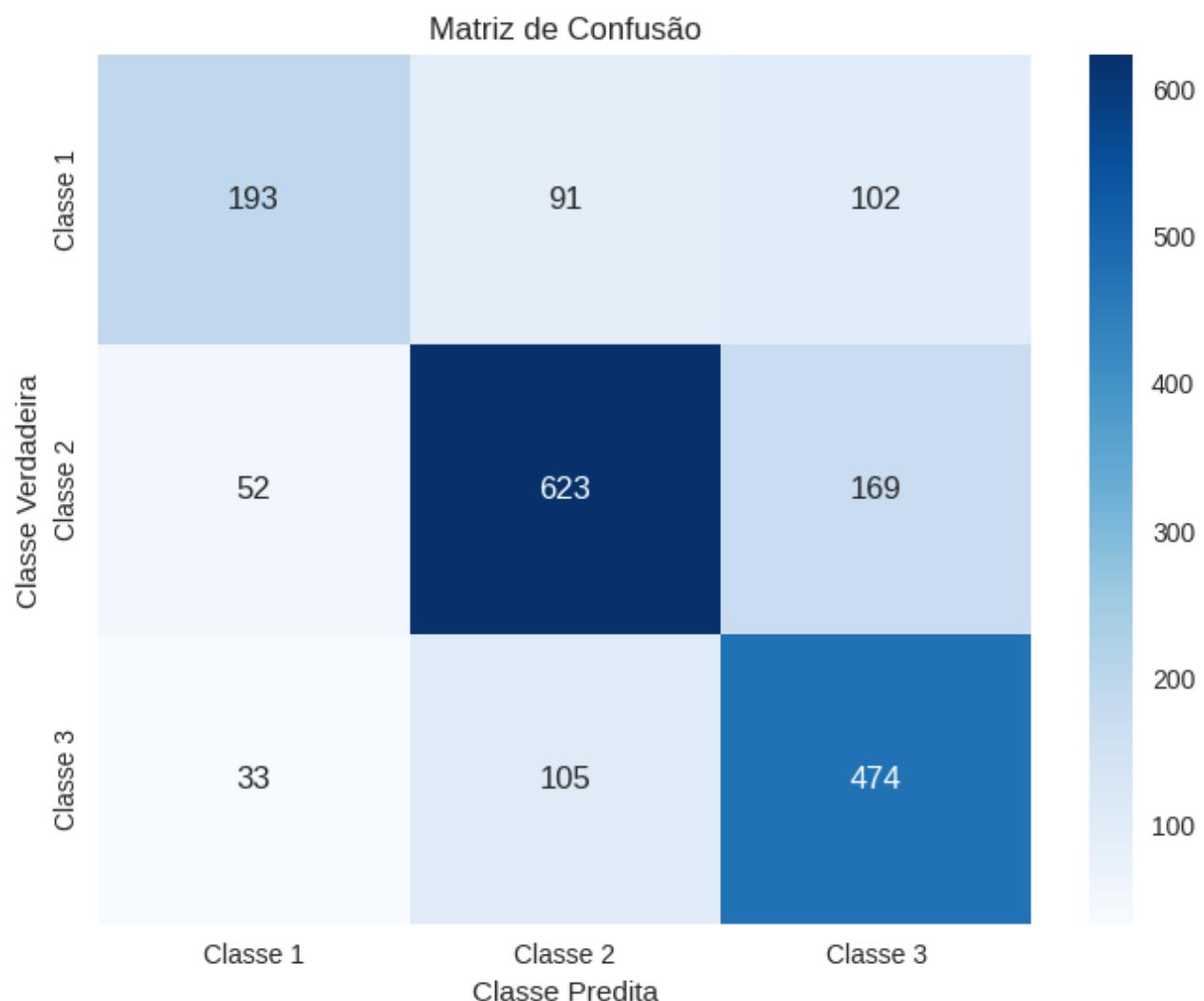


Figura 40: Matriz de Confusão - Random Forest Sprint 3

Relatório de Classificação - Sprint 4:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.72 | 0.50 | 0.59 | 360 |
| 1 | 0.65 | 0.68 | 0.66 | 597 |
| 2 | 0.68 | 0.76 | 0.72 | 651 |
| accuracy | | | 0.67 | 1608 |
| macro avg | 0.68 | 0.65 | 0.66 | 1608 |
| weighted avg | 0.68 | 0.67 | 0.67 | 1608 |

Matriz de Confusão - Sprint 4:

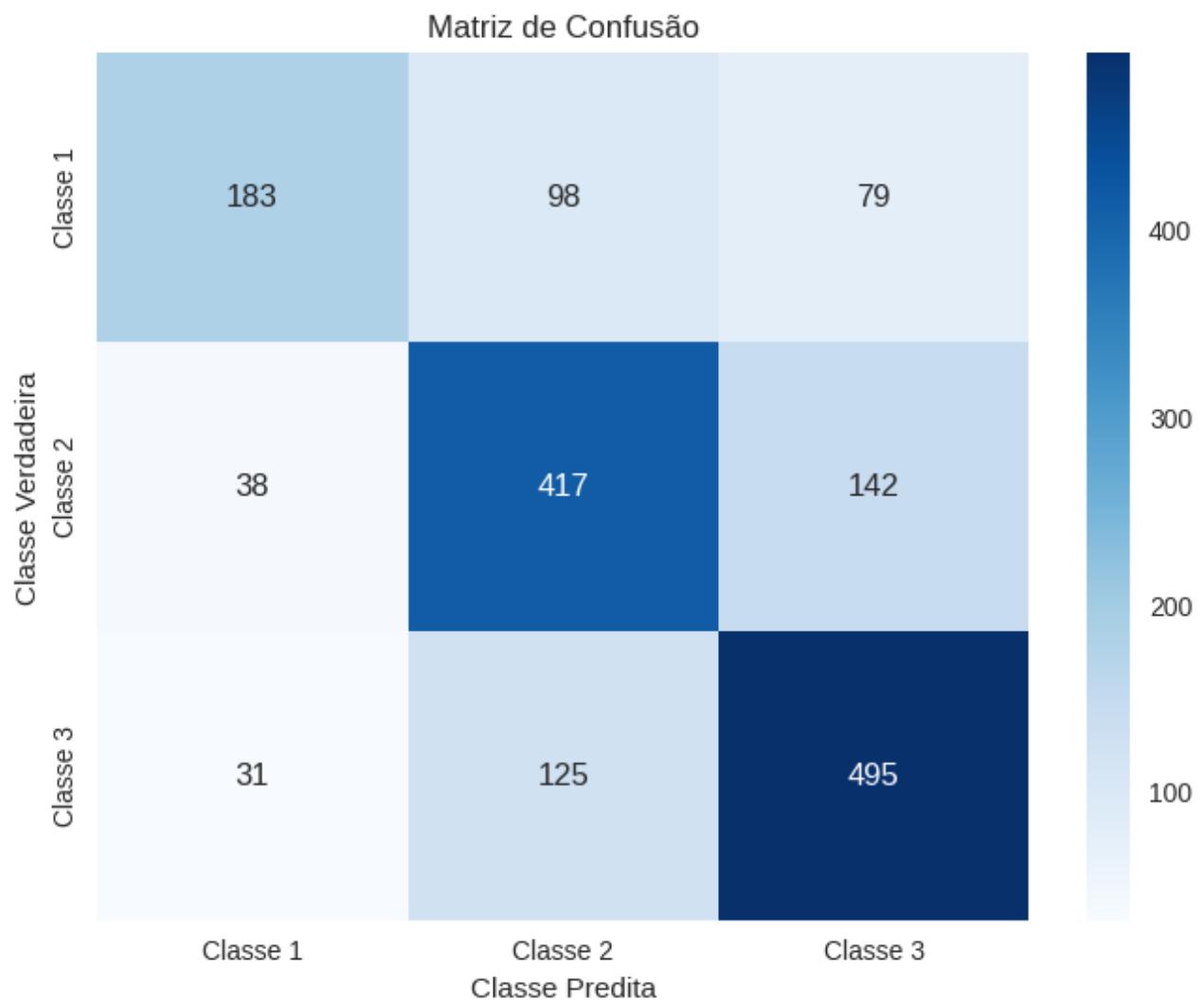


Figura 41: Matriz de Confusão - Random Forest Sprint 4

9.6.3.2 Random Forest - Validação Cruzada

No próximo código, é realizada uma validação cruzada usando o método `cross_val_score`, que avalia o desempenho do modelo aplicando-o a múltiplos conjuntos de treinamento e teste. Nesse caso, o modelo *Random Forest* é usado como o estimador a ser avaliado, onde os dados de entrada `bow_model` e os rótulos de classe sentimento são passados como parâmetros. A validação cruzada é realizada com 5 *folds*, ou seja, os dados são divididos em 5 partes iguais e o modelo é treinado e testado em cada combinação dessas partes. As pontuações de validação cruzada são armazenadas na variável `scores`. O bloco de `if` já foi explicado anteriormente.

```

rfc = RandomForestClassifier()

scores = cross_val_score(rfc, bow_model, sentimento, cv=5)

print('Pontuações de validação cruzada:', scores)

```

```

print('Média da validação cruzada:', scores.mean())

if len(np.unique(y_pred)) == 1:
    print("O modelo tem apenas uma classe de saída possível.")
else:
    classification = classification_report(y_teste, y_pred)
    print("\nRelatório de Classificação:")
    print(classification)

```

O código da Matriz de Confusão do Random Fores com *Cross Validation* é o mesmo do apresentado anteriormente.

Relatório de Classificação - Sprint 3:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.71 | 0.50 | 0.58 | 386 |
| 1 | 0.77 | 0.75 | 0.76 | 844 |
| 2 | 0.63 | 0.77 | 0.69 | 612 |
| accuracy | | | 0.70 | 1842 |
| macro avg | 0.70 | 0.67 | 0.68 | 1842 |
| weighted avg | 0.71 | 0.70 | 0.70 | 1842 |

Matriz de Confusão - Sprint 3:



Figura 42: Matriz de Confusão - Random Forest com validação Sprint 3

Relatório de Classificação - Sprint 4:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.74 | 0.51 | 0.60 | 360 |
| 1 | 0.65 | 0.70 | 0.68 | 597 |
| 2 | 0.70 | 0.77 | 0.73 | 651 |
| accuracy | | | 0.69 | 1608 |
| macro avg | 0.70 | 0.66 | 0.67 | 1608 |
| weighted avg | 0.69 | 0.69 | 0.68 | 1608 |

Matriz de Confusão - Sprint 4:

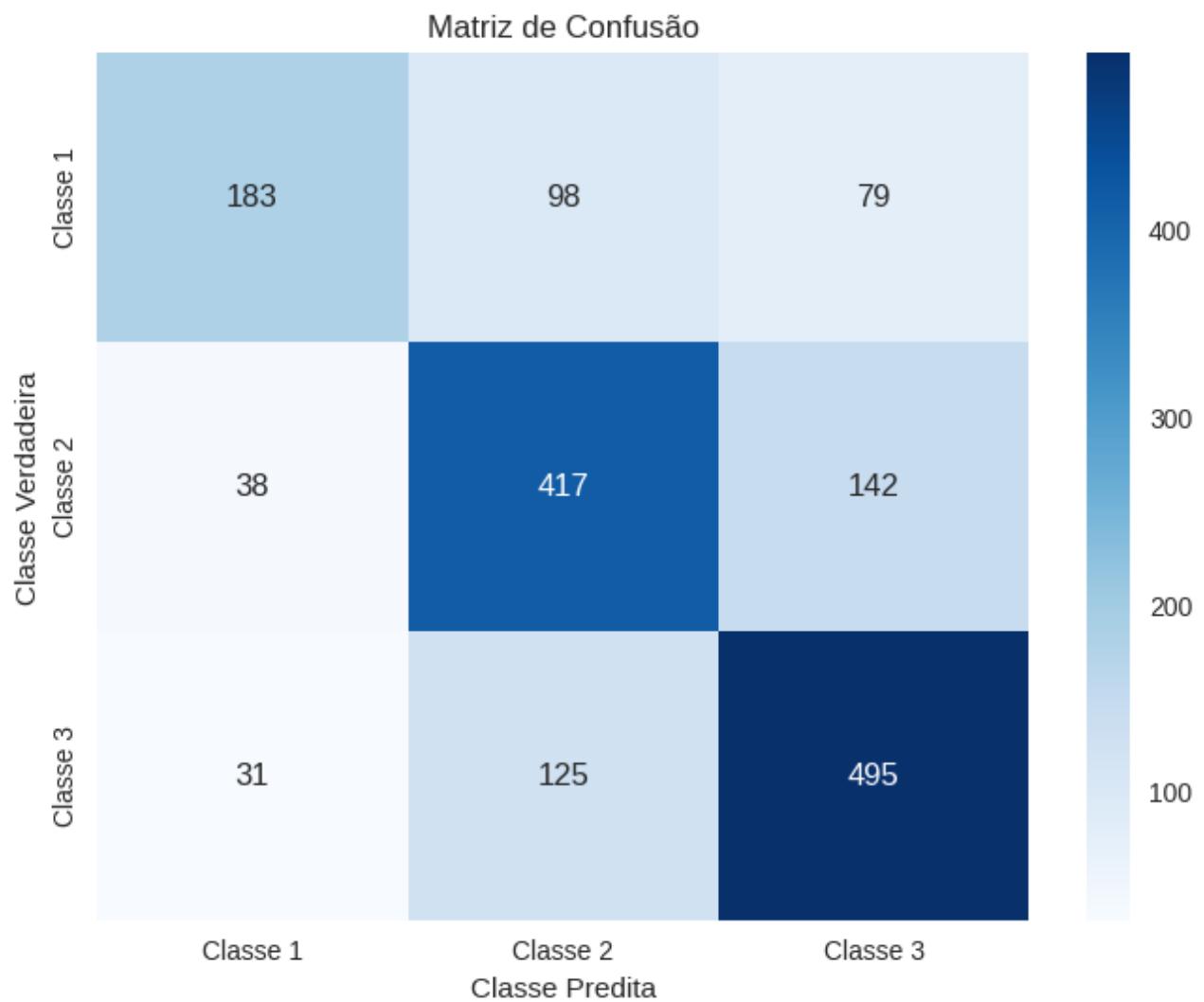


Figura 43: Matriz de Confusão - Random Forest com validação Sprint 4

9.6.3.3 Random Forest - Grid Search

O código abaixo realiza uma busca em grade com validação cruzada para encontrar os melhores hiperparâmetros para um modelo *Random Forest*. Inicialmente, é definida uma grade de valores para os hiperparâmetros a serem testados, que são definidos no dicionário `parametros`. Nesse caso, são considerados três hiperparâmetros: `n_estimators` (número de estimadores), `max_depth` (profundidade máxima da árvore) e `min_samples_split` (número mínimo de amostras para dividir um nó interno). Diferentes valores são fornecidos para cada hiperparâmetro, permitindo que diferentes combinações sejam testadas durante a busca em grade.

```
parametros = {'n_estimators': [100, 200, 300],
              'max_depth': [None, 10, 20],
              'min_samples_split': [2, 5, 10]}
```

Em seguida, é criada uma instância do modelo *Random Forest* utilizando a classe `RandomForestClassifier` e atribuída à variável "rfc". Após a criação do modelo, é criada

uma instância do objeto GridSearchCV, que é responsável por realizar a busca em grade com validação cruzada, este recebe três parâmetros principais: o modelo rfc como estimador, parametros e o número de folds da validação cruzada, definido como 5 através do parâmetro cv=5. Além disso, o parâmetro n_jobs=-1 indica que a busca em grade pode ser executada em paralelo, utilizando todos os núcleos de CPU disponíveis. Por último, o método fit no objeto, usa os dados de entrada bow_model e os rótulos de classe sentimento como parâmetros. O GridSearchCV avalia todas as combinações possíveis dos hiperparâmetros especificados usando a validação cruzada e retorna o melhor modelo encontrado.

```

rfc = RandomForestClassifier()

grid = GridSearchCV(rfc, parametros, cv=5, n_jobs=-1)

grid.fit(bow_model, sentimento)

print('Melhores hiperparâmetros:', grid.best_params_)
print('Melhor pontuação:', grid.best_score_)

if len(np.unique(y_pred)) == 1:
    print("O modelo tem apenas uma classe de saída possível.")
else:
    classification = classification_report(y_teste, y_pred)
    print("\nRelatório de Classificação:")
    print(classification)

```

O código da Matriz de Confusão do Naive Bayes com *Grid Search* é o mesmo do apresentado anteriormente.

Relatório de Classificação - Sprint 3:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.69 | 0.50 | 0.58 | 386 |
| 1 | 0.76 | 0.74 | 0.75 | 844 |
| 2 | 0.64 | 0.77 | 0.70 | 612 |
| accuracy | | | 0.70 | 1842 |
| macro avg | 0.70 | 0.67 | 0.68 | 1842 |
| weighted avg | 0.71 | 0.70 | 0.70 | 1842 |

Matriz de Confusão - Sprint 3:



Figura 44: Matriz de Confusão - Random Forest com Grid Search Sprint 3

Relatório de Classificação - Sprint 4:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.74 | 0.51 | 0.60 | 360 |
| 1 | 0.65 | 0.70 | 0.68 | 597 |
| 2 | 0.70 | 0.77 | 0.73 | 651 |
| accuracy | | | 0.69 | 1608 |
| macro avg | 0.70 | 0.66 | 0.67 | 1608 |
| weighted avg | 0.69 | 0.69 | 0.68 | 1608 |

Matriz de Confusão - Sprint 4:

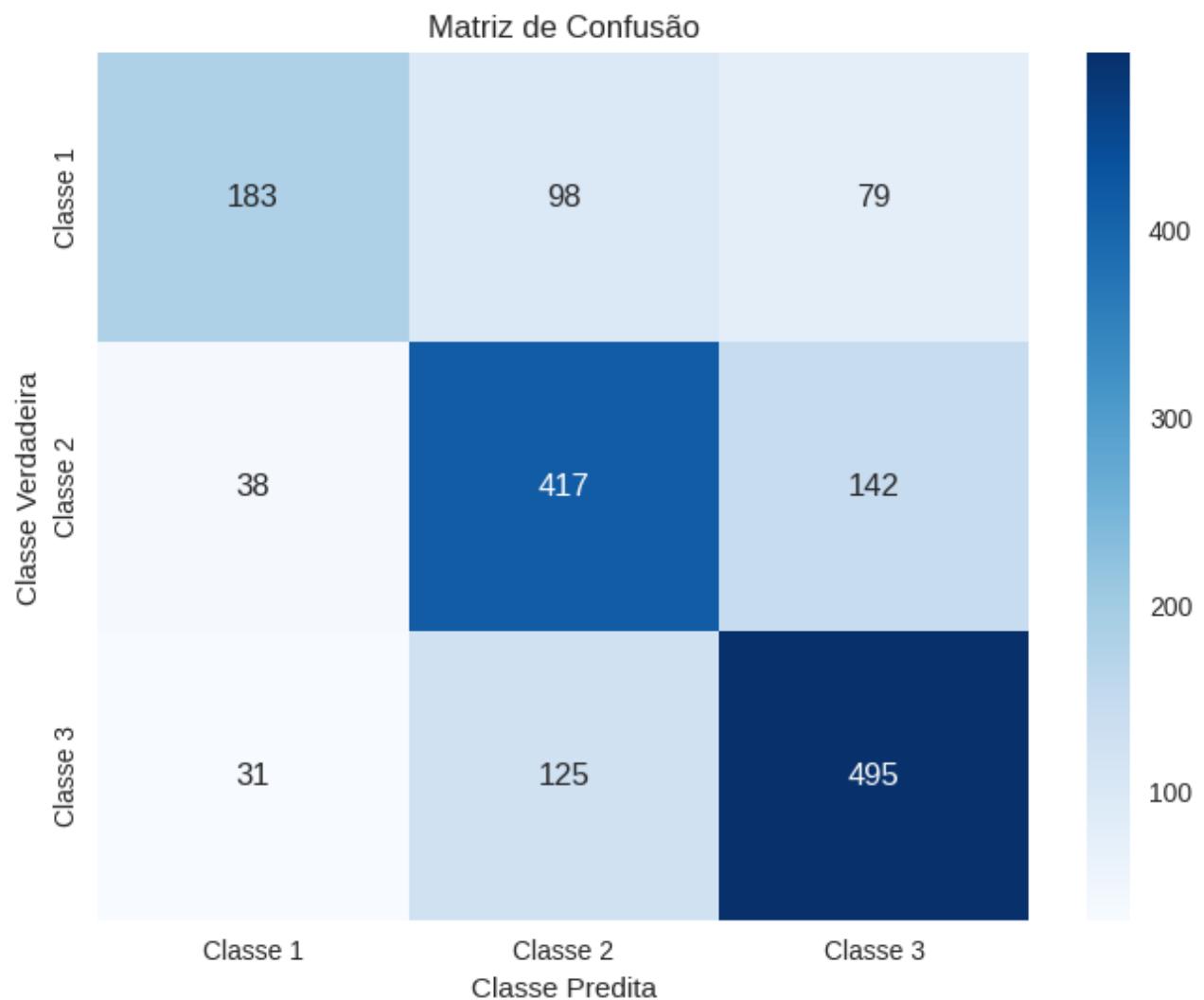


Figura 45: Matriz de Confusão - Random Forest com Grid Search Sprint 4

Todos os modelos apresentados acima foram exportados com a biblioteca pickle, código apresentado abaixo. A primeira linha abre o arquivo, em modo escrita, que será utilizado para armazenar o modelo de rede neural, nesse caso o desenvolvedor pode escolher o nome do arquivo. A segunda linha utiliza a função `pickle.dump()`, da biblioteca pickle, para salvar o modelo no arquivo aberto anteriormente. A terceira linha abre o arquivo, em modo leitura, para que a função `pickle.load()` carrega o conteúdo na variável, convertendo os bytes do arquivo novamente em um objeto modelo de rede neural utilizável.

```

with open('nome_escolhido.pkl', 'wb') as arquivo:
    pickle.dump(model, arquivo)
with open('nome_escolhido.pkl', 'rb') as arquivo:
    nome_escolhido = pickle.load(arquivo)

```

9.6.4 Conclusão

Em suma, o *Random Forest* é um modelo muito promissor que apresentou resultados muito satisfatórios e no final todos os modelos desenvolvidos foram exportados com a biblioteca pickle.

9.7 Rede Neural (Sequência de palavras) - Word2Vec

9.7.1 Introdução

Uma rede neural, também conhecida como rede neural artificial, é um modelo computacional inspirado no funcionamento do cérebro humano. Ela é composta por um conjunto interconectado de unidades de processamento, chamadas de neurônios artificiais ou nós, que trabalham em conjunto para resolver problemas complexos de forma eficiente. Para fins de comparação, foram desenvolvidos códigos que têm a base de dados diferentes.

9.7.2 Método

O método de sequência de palavras geralmente é utilizado para frases que formam um significado, e a ordem das palavras é crucial para formar o sentido. Então, no caso do projeto, é interessante testar a utilização dessa abordagem.

9.7.3 Resultado

O tópico será dividido da mesma forma que o notebook está dividido para facilitar a compreensão. Além disso, esse modelo foi testado com 3 tipos de bases de dados diferentes (base tratada, word2vec com cbow e word2vec com embedding layer) em dois momentos diferentes (sprint 3 e sprint 4).

9.7.3.1 Leitura da base de dados

Para a realização com a base tratada, o primeiro processo a ser realizado é a leitura do arquivo csv gerado no notebook do pré processamento, onde o arquivo já está com as etapas realizadas.

```
rede_neural_df = pd.read_csv("caminho do arquivo")
```

Para a realização dos modelos já vetorizados com o Word2Vec, é necessário somente referenciar a variável usada no notebook.

```
Word2Vec + CBOW: df_vec
```

```
Word2Vec + Embedding Layer: df_word2vec
```

9.7.3.2 Separação de treino e teste

A primeira linha do código é atribuído os valores das colunas "texto_tratado" e "sentimento" do *dataframe* desejado às variáveis x e y, respectivamente. Essa fase significa que a primeira coluna, "texto_tratado" ou x, contém o texto dos dados a serem classificados e a segunda coluna, "sentimento" ou y, representa a categoria desses dados.

```
x, y = rede_neural_df["texto_tratado"],  
       rede_neural_df["sentimento"]  
x, y = df_vec["texto_tratado"], df_vec["sentimento"]  
x, y = df_word2vec["texto_tratado"], df_word2vec["sentimento"]
```

obs: somente um desses códigos devem ser utilizados, a depender de qual base será utilizada no desenvolvimento.

As próximas linhas abaixo têm como objetivo realizar um pré-processamento novamente, feito pela rede neural, que contém: LabelEncoder, remoção de algumas palavras e Tokenização.

```
labelencoder = LabelEncoder()  
y = labelencoder.fit_transform(y)  
  
words = ["o", "ao", 'aos', 'os', 'a', 'as', 'e', 'um',  
         'uma', 'ele', 'ela', 'eles', 'elas', 'do', 'da', 'dos',  
         'das', 'de', 'no', 'na', 'nos', 'nas', 'pelo', 'pela',  
         'pelos', 'pelas', 'num', 'numa', 'nuns', 'numas', 'dum',  
         'duma', 'duns', 'dumas']  
  
x_filter = []  
  
for title in x:  
    for word in words:  
        title = title.replace(word, '')  
    x_filter.append(title)  
  
tokenizer = Tokenizer()  
tokenizer.fit_on_texts(x_filter)
```

A próxima linha calcula o tamanho do vocabulário, por meio da criação da variável vocab. Além disso, o texto contido na lista x_filter é transformado em uma sequência numérica e logo depois é criado qual será o comprimento máximo

dentro da sequência, por meio do `max_length`. Por último, as sequências de palavras em `x_filter` são ajustadas para ter o mesmo comprimento máximo através da função `pad_sequences` de uma biblioteca.

```
vocab = len(tokenizer.word_docs) + 1

x_filter = tokenizer.texts_to_sequences(x_filter)

max_length = max([len(z) for z in x_filter])
x_filter = pad_sequences(x_filter, maxlen=max_length,
padding='post')
```

A última etapa desse tópico é a divisão entre conjuntos de treinamento (`x_train` e `y_train`) e teste (`x_test` e `y_test`) usando a função `train_test_split` da biblioteca `sklearn.model_selection`. Nesse caso foram utilizados 33% dos dados para teste. Além disso, é *printado* o tamanho dos dados de entrada e saída.

```
x_train, x_test, y_train, y_test = train_test_split(x_filter,
y, test_size=0.33)

print("Tamanho de x:", len(x_filter))
print("Tamanho de y:", len(y))

output - sprint 3:
Tamanho de x: 9207
Tamanho de y: 9207

output - sprint 4:
Tamanho de x: 8040
Tamanho de y: 8040
```

9.7.3.3 Criação do modelo

A função `recall` implementada acima calcula a métrica de *recall* para avaliar o desempenho de um modelo de aprendizado de máquina em um problema de classificação binária. A função recebe dois parâmetros: `y_true` e `y_pred`, o primeiro representa as verdadeiras classes dos exemplos do conjunto de dados, enquanto o segundo representa as classes previstas pelo modelo. Em seguida, o número de `possible_positives` é calculado, isso é feito aplicando a função `K.clip` novamente para limitar os valores de `y_true` entre 0 e 1, convertendo-os em valores binários. Por último, o *recall* é calculado dividindo o número de verdadeiros positivos pelo número de positivos possíveis.

```

def recall(y_true, y_pred):
    true_positives = K.sum(K.round(K.clip(y_true * y_pred,
    0, 1)))
    possible_positives = K.sum(K.round(K.clip(y_true, 0,
    1)))
    return true_positives / (possible_positives +
    K.epsilon())

```

As linhas abaixo definem como o modelo será estruturado, começando com a criação da variável `model` que define que o modelo será `Sequential()`, permitindo o empilhamento de camadas sequencialmente. A segunda linha, adiciona uma camada de *embedding*, que é responsável por transformar os números inteiros que representam as palavras em vetores densos de números reais. A terceira linha adiciona uma camada de *pooling global* máxima, que extrai o valor máximo de cada recurso da camada anterior e reduz a dimensão dos dados resultantes para um vetor unidimensional.

```

model = Sequential()
model.add(Embedding(input_dim=vocab, output_dim=80,
input_length=max_length, trainable = True))
model.add(GlobalMaxPooling1D())

```

A próxima linha adiciona uma camada de *dropout*, que é uma técnica utilizada para prevenir o *overfitting*. A seguir, é adicionada uma camada densa que possui 3 unidades, correspondendo às 3 classes possíveis de sentimentos. A função de ativação softmax é aplicada para produzir probabilidades de pertencer a cada classe. E, por último, o modelo é compilado e o otimizador adam é usado para ajustar os pesos da rede durante o treinamento. A métrica *recall*, definida pela função já descrita, é usada para avaliar o desempenho do modelo durante o treinamento.

```

model.add(Dropout(0.3))
model.add(Dense(units = 3, activation = 'softmax'))
model.compile(optimizer = 'adam', loss =
'sparse_categorical_crossentropy', metrics = [recall])

```

O objeto `ModelCheckpoint` é responsável por monitorar a acurácia do modelo durante o treinamento e salva apenas os melhores pesos em um arquivo `weight.best.hdf5`. Por último, o modelo é treinado usando o método `fit`, os dados de treinamento e de validação são fornecidos. O treinamento é realizado em lotes (`batch_size=32`) e por um total de 5 épocas.

```

mc = ModelCheckpoint('weight.best.hdf5', monitor='val_acc',
                     save_best_only=True, mode='max')

model.fit(x_train, y_train, validation_data = (x_test,
y_test), batch_size = 32, epochs = 10, callbacks = [mc])

```

9.7.3.3.1 Construção da rede neural com a base tratada - Sprint 3

Abaixo é possível observar o relatório de classificação do modelo com a base tratada da Sprint 3, onde o 0 é negativo, o 1 é neutro e o 2 é positivo. Após isso, é gerada uma matriz de confusão.

Relatório de Classificação:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|--------|----------|---------|
| 0 | 0.70 | 0.68 | 0.69 | 662 |
| 1 | 0.77 | 0.76 | 0.77 | 1358 |
| 2 | 0.71 | 0.73 | 0.72 | 1019 |
| accuracy | | | 0.73 | 3039 |
| macro avg | 0.72 | 0.72 | 0.72 | 3039 |
| weighted avg | 0.73 | 0.73 | 0.73 | 3039 |

Código da matriz de confusão:

```

cm = confusion_matrix(y_test, y_pred_classes)
classes = ['Classe 1', 'Classe 2', 'Classe 3']
plt.figure(figsize=(8, 6))
sns.heatmap(cm, annot
=True, cmap='Blues', fmt='g', xticklabels=classes,
yticklabels=classes)
plt.xlabel('Classe Predita')
plt.ylabel('Classe Verdadeira')
plt.title('Matriz de Confusão')
plt.show()

```

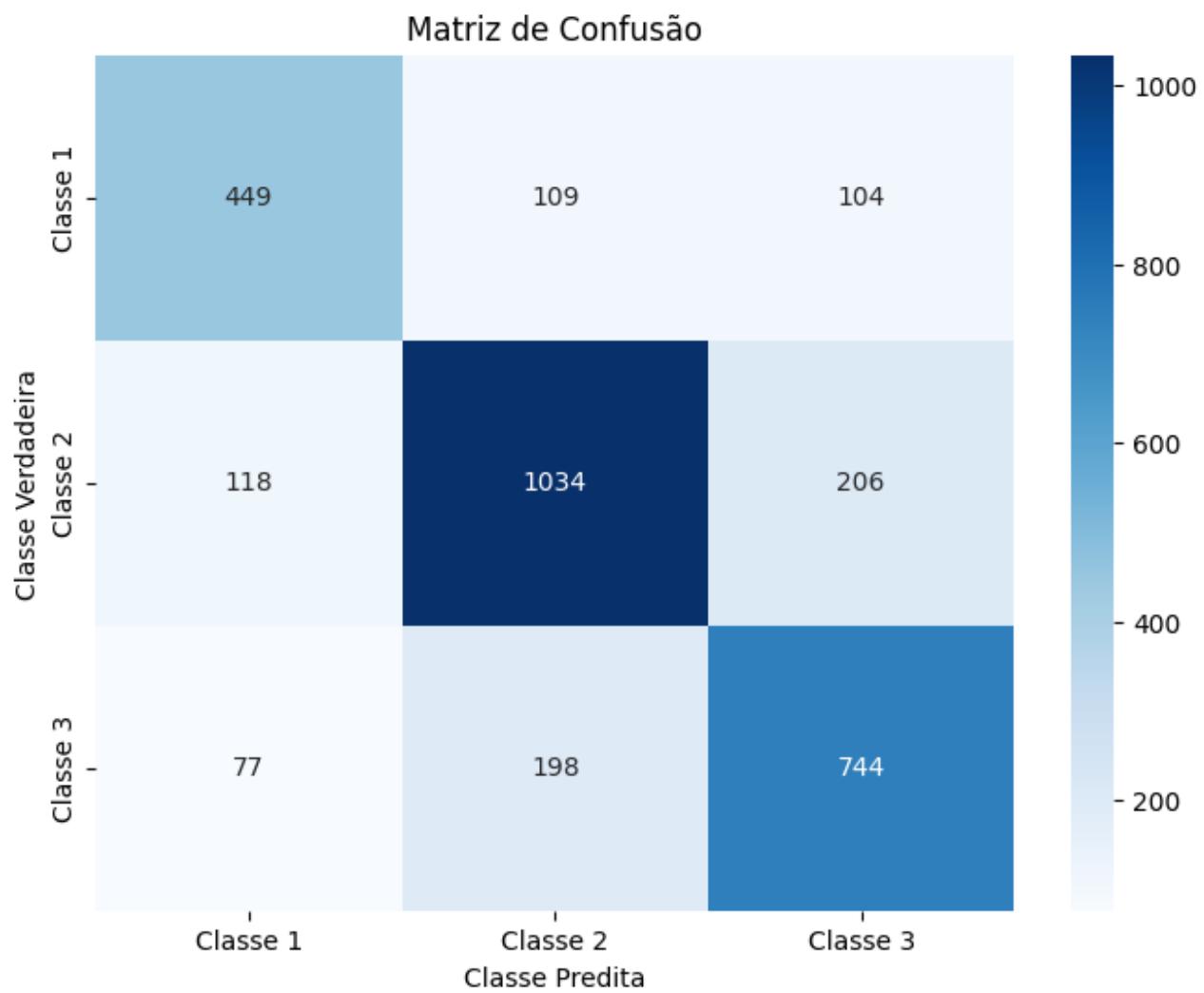


Figura 46: Matriz de Confusão - base tratada Sprint 3

9.7.3.3.2 Construção da rede neural com Word2Vec + CBoW - Sprint 3

Abaixo é possível observar o relatório de classificação do modelo com o Word2Vec + CBoW da Sprint 3, onde o 0 é negativo, o 1 é neutro e o 2 é positivo. Após isso, é gerada uma matriz de confusão.

Relatório de Classificação:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|--------|----------|---------|
| 0 | 0.70 | 0.70 | 0.70 | 633 |
| 1 | 0.79 | 0.74 | 0.77 | 1308 |
| 2 | 0.71 | 0.77 | 0.74 | 1098 |
| accuracy | | | 0.74 | 3039 |
| macro avg | 0.73 | 0.74 | 0.73 | 3039 |
| weighted avg | 0.74 | 0.74 | 0.74 | 3039 |

Código da matriz de confusão:

```
cm = confusion_matrix(y_test, y_pred_classes)
classes = ['Classe 1', 'Classe 2', 'Classe 3']
plt.figure(figsize=(8, 6))
sns.heatmap(cm, annot=True, cmap='Blues', fmt='g', xticklabels=classes,
            yticklabels=classes)
plt.xlabel('Classe Predita')
plt.ylabel('Classe Verdadeira')
plt.title('Matriz de Confusão')
plt.show()
```

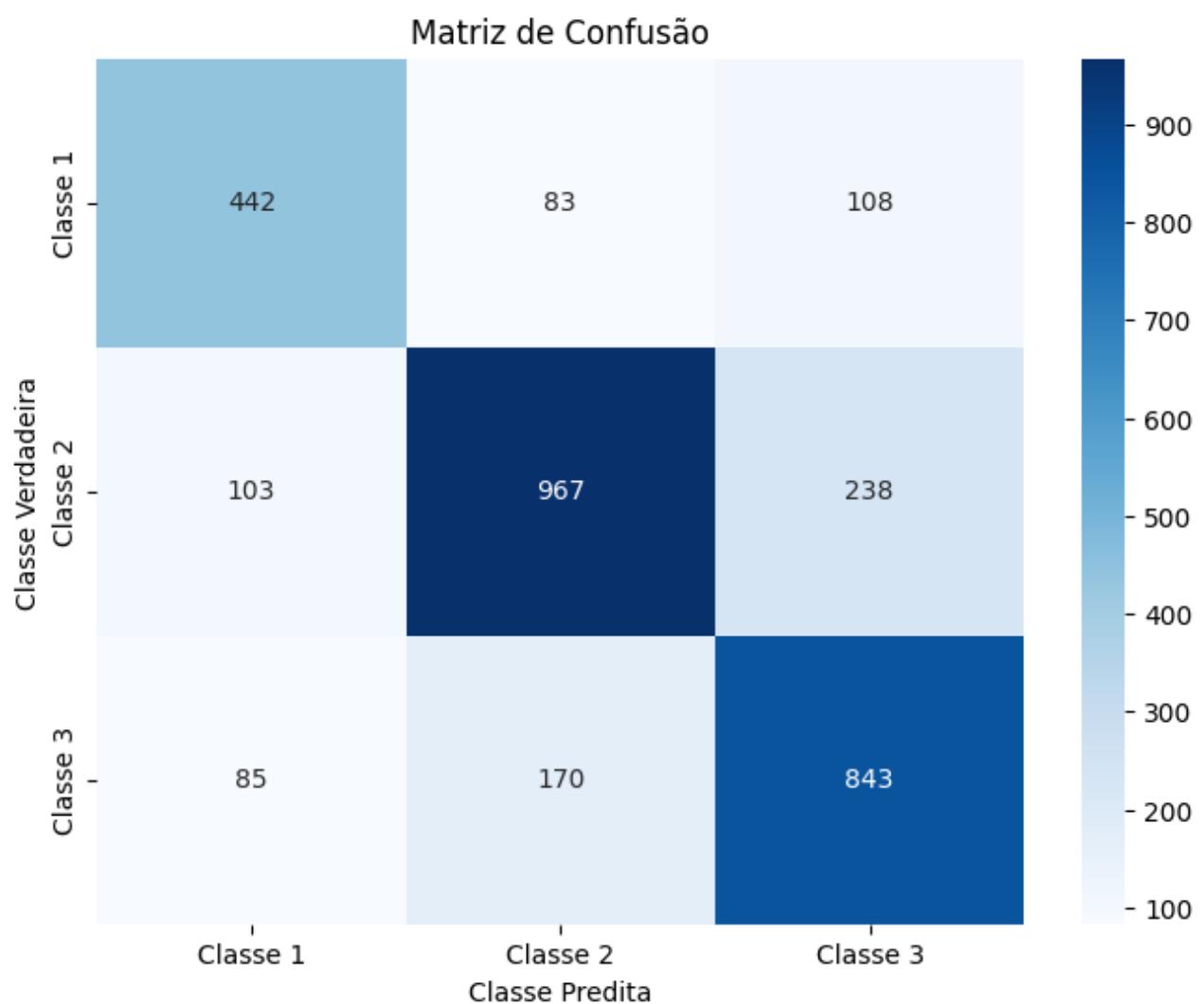


Figura 47: Matriz de Confusão - Word2Vec + CBoW Sprint 3

9.7.3.3.3 Construção da rede neural com Word2Vec + Embedding Layer - Sprint 3

Abaixo é possível observar o relatório de classificação do modelo com o Word2Vec + Embedding Layer da Sprint 3, onde o 0 é negativo, o 1 é neutro e o 2 é positivo. Após isso, é gerada uma matriz de confusão.

Relatório de Classificação:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|--------|----------|---------|
| 0 | 0.67 | 0.69 | 0.68 | 632 |
| 1 | 0.76 | 0.75 | 0.76 | 1321 |
| 2 | 0.72 | 0.72 | 0.72 | 1086 |
| accuracy | | | 0.73 | 3039 |
| macro avg | 0.72 | 0.72 | 0.72 | 3039 |
| weighted avg | 0.73 | 0.73 | 0.73 | 3039 |

Código da matriz de confusão:

```
cm = confusion_matrix(y_test, y_pred_classes)
classes = ['Classe 1', 'Classe 2', 'Classe 3']
plt.figure(figsize=(8, 6))
sns.heatmap(cm, annot
=True, cmap='Blues', fmt='g', xticklabels=classes,
yticklabels=classes)
plt.xlabel('Classe Predita')
plt.ylabel('Classe Verdadeira')
plt.title('Matriz de Confusão')
plt.show()
```

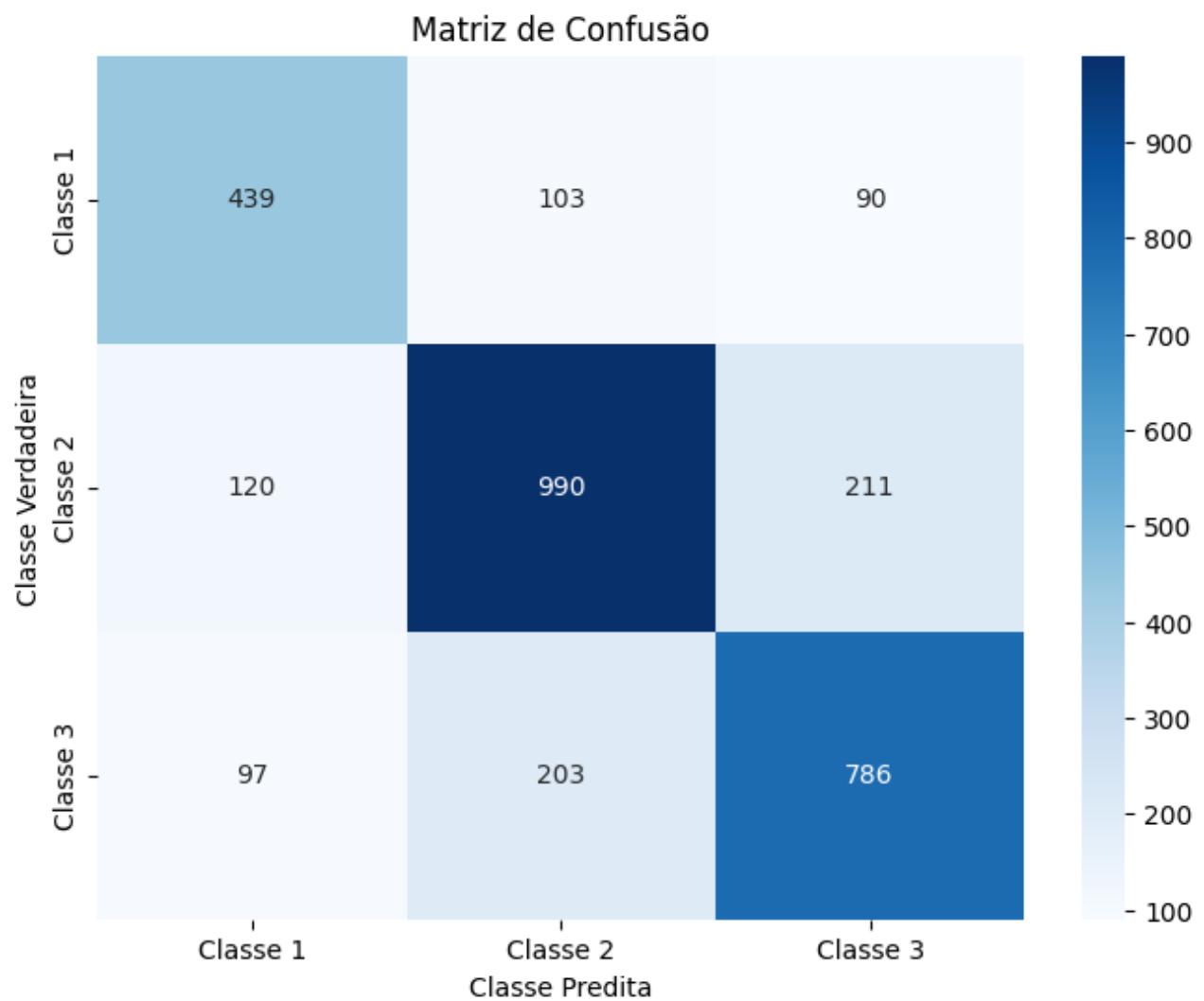


Figura 48: Matriz de Confusão - Word2Vec + Embedding Layer Sprint 3

9.7.3.3.4 Construção da rede neural com a base tratada - Sprint 4

Abaixo é possível observar o relatório de classificação do modelo com a base tratada da Sprint 4, onde o 0 é negativo, o 1 é neutro e o 2 é positivo. Após isso, é gerada uma matriz de confusão.

Relatório de Classificação:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|--------|----------|---------|
| 0 | 0.67 | 0.66 | 0.67 | 624 |
| 1 | 0.72 | 0.64 | 0.68 | 990 |
| 2 | 0.69 | 0.78 | 0.73 | 1040 |
| accuracy | | | 0.70 | 2654 |
| macro avg | 0.70 | 0.69 | 0.69 | 2654 |
| weighted avg | 0.70 | 0.70 | 0.70 | 2654 |

Código da matriz de confusão:

```

cm = confusion_matrix(y_test, y_pred_classes)
classes = ['Classe 1', 'Classe 2', 'Classe 3']
plt.figure(figsize=(8, 6))
sns.heatmap(cm, annot=True, cmap='Blues', fmt='g', xticklabels=classes,
            yticklabels=classes)
plt.xlabel('Classe Preditá')
plt.ylabel('Classe Verdadeira')
plt.title('Matriz de Confusão')
plt.show()

```

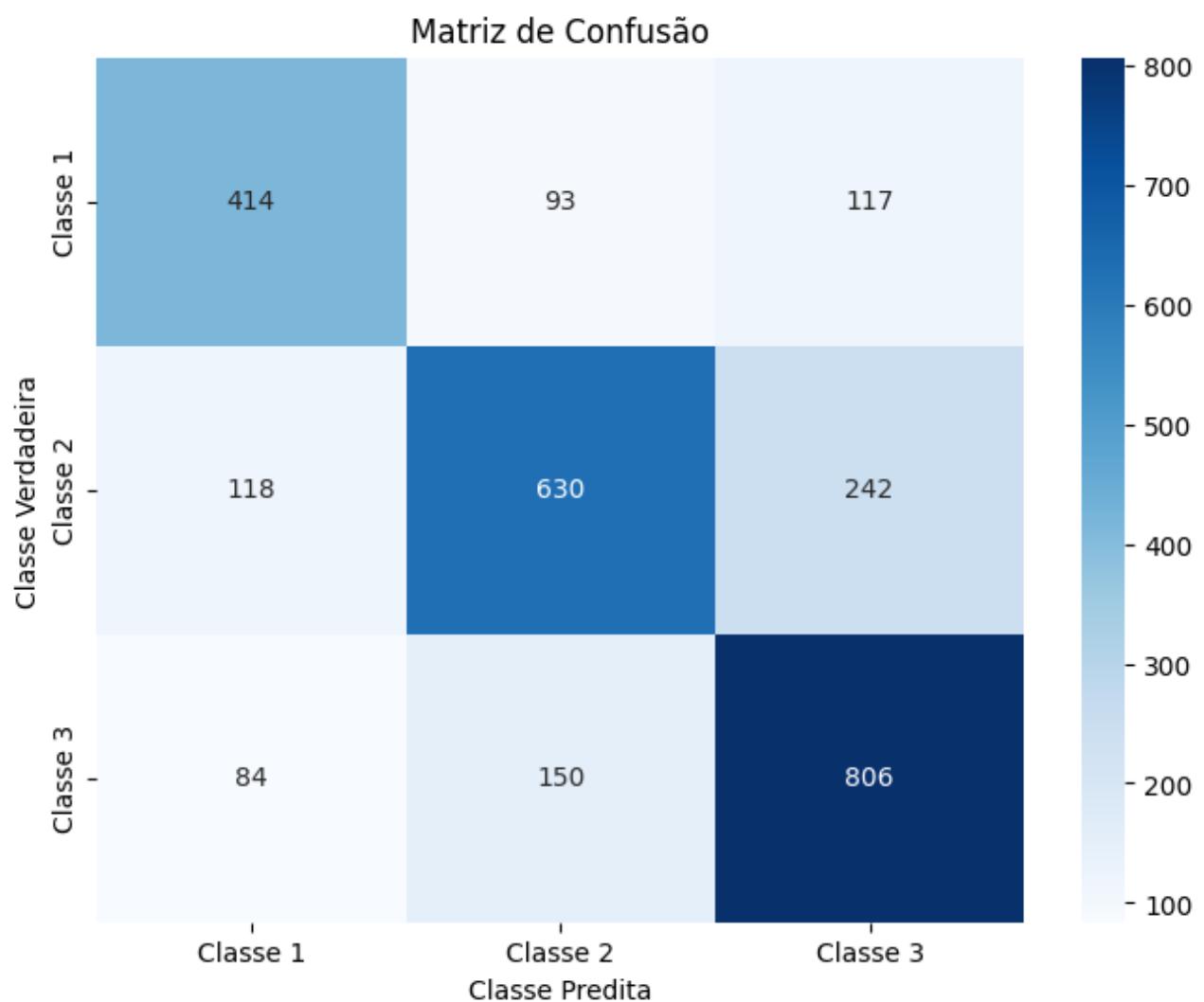


Figura 49: Matriz de Confusão - Base tratada Sprint 4

9.7.3.3.5 Construção da rede neural com Word2Vec + CBoW - Sprint 4

Abaixo é possível observar o relatório de classificação do modelo com o Word2Vec + CBoW da Sprint 4, onde o 0 é negativo, o 1 é neutro e o 2 é positivo. Após isso, é gerada uma matriz de confusão.

Relatório de Classificação:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|--------|----------|---------|
| 0 | 0.66 | 0.63 | 0.65 | 655 |
| 1 | 0.71 | 0.64 | 0.68 | 969 |
| 2 | 0.69 | 0.77 | 0.73 | 1030 |
| accuracy | | | 0.69 | 2654 |
| macro avg | 0.69 | 0.68 | 0.68 | 2654 |
| weighted avg | 0.69 | 0.69 | 0.69 | 2654 |

Código da matriz de confusão:

```
cm = confusion_matrix(y_test, y_pred_classes)
classes = ['Classe 1', 'Classe 2', 'Classe 3']
plt.figure(figsize=(8, 6))
sns.heatmap(cm, annot
=True, cmap='Blues', fmt='g', xticklabels=classes,
yticklabels=classes)
plt.xlabel('Classe Predita')
plt.ylabel('Classe Verdadeira')
plt.title('Matriz de Confusão')
plt.show()
```

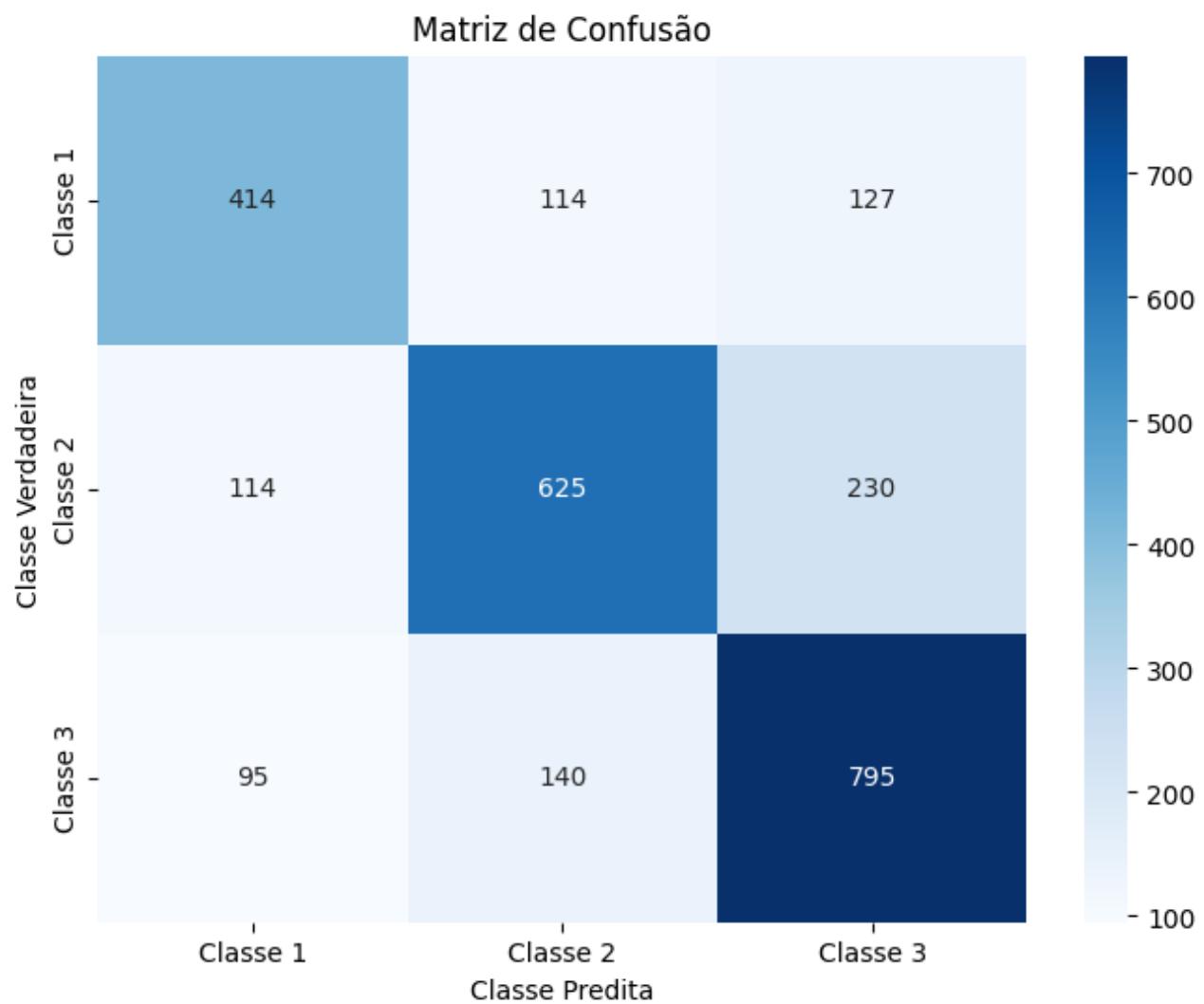


Figura 50: Matriz de Confusão - Word2Vec + CBoW Sprint 4

9.7.3.3.6 Construção da rede neural com Word2Vec + Embedding Layer - Sprint 4

Abaixo é possível observar o relatório de classificação do modelo com o Word2Vec + Embedding Layer da Sprint 4, onde o 0 é negativo, o 1 é neutro e o 2 é positivo. Após isso, é gerada uma matriz de confusão.

Relatório de Classificação:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|--------|----------|---------|
| 0 | 0.68 | 0.64 | 0.66 | 676 |
| 1 | 0.68 | 0.69 | 0.69 | 980 |
| 2 | 0.70 | 0.72 | 0.71 | 998 |
| accuracy | | | 0.69 | 2654 |
| macro avg | 0.69 | 0.68 | 0.69 | 2654 |
| weighted avg | 0.69 | 0.69 | 0.69 | 2654 |

Código da matriz de confusão:

```
cm = confusion_matrix(y_test, y_pred_classes)
classes = ['Classe 1', 'Classe 2', 'Classe 3']
plt.figure(figsize=(8, 6))
sns.heatmap(cm, annot=True, cmap='Blues', fmt='g', xticklabels=classes,
            yticklabels=classes)
plt.xlabel('Classe Predita')
plt.ylabel('Classe Verdadeira')
plt.title('Matriz de Confusão')
plt.show()
```

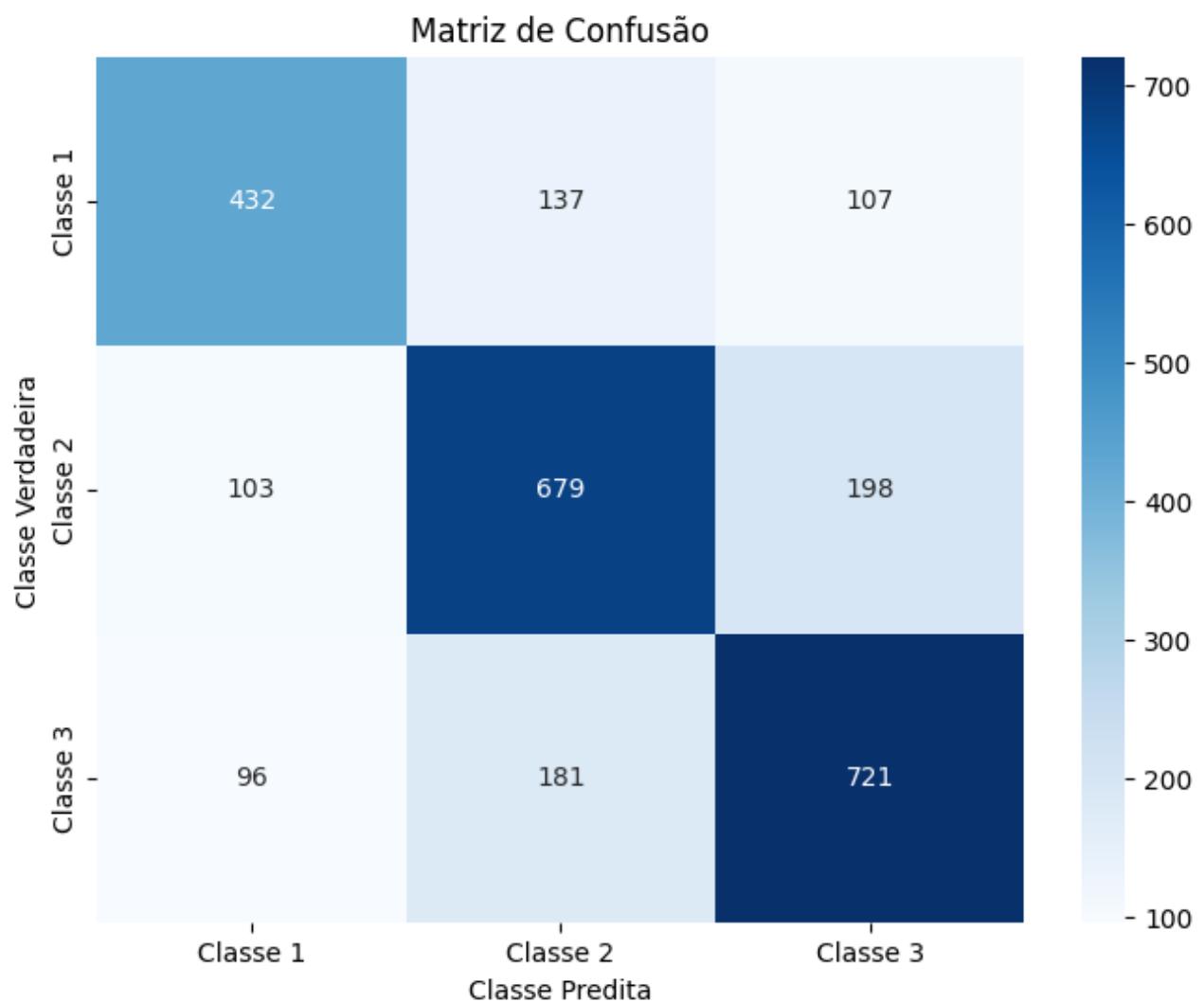


Figura 51: Matriz de Confusão - Word2Vec + Embedding Layer Sprint 4

9.7.3.4 Exportação com a biblioteca pickle

A primeira linha abre o arquivo, em modo escrita, que será utilizado para armazenar o modelo de rede neural, nesse caso o desenvolvedor pode escolher o nome do arquivo. A segunda linha utiliza a função `pickle.dump()`, da biblioteca `pickle`, para salvar o modelo no arquivo aberto anteriormente. A terceira linha abre o arquivo, em modo leitura, para que a função `pickle.load()` carrega o conteúdo na variável, convertendo os bytes do arquivo novamente em um objeto modelo de rede neural utilizável. Todos os modelos foram salvos por meio do código abaixo.

```
with open('nome_escolhido.pkl', 'wb') as arquivo:  
    pickle.dump(model, arquivo)  
with open('nome_escolhido.pkl', 'rb') as arquivo:  
    nome_escolhido = pickle.load(arquivo)
```

9.7.4 Conclusão

Os códigos apresentados mostram o processo de construção e treinamento de uma rede neural para classificação de texto, além de fornecer uma maneira de salvar e carregar o modelo treinado para uso posterior, com a utilização da biblioteca `pickle`.

9.8 Rede Neural sem embedding - Word2vec

9.8.1 Introdução

Uma rede neural é um modelo computacional inspirado no funcionamento do cérebro humano. É composta por unidades chamadas neurônios, que estão organizadas em camadas interconectadas. Cada neurônio recebe entradas ponderadas, realiza um cálculo e produz uma saída.

Através de um processo de treinamento, uma rede neural pode aprender a mapear entradas para saídas, permitindo realizar tarefas como classificação, regressão, processamento de linguagem natural, entre outras.

Neste contexto, estamos discutindo uma Rede Neural sem a utilização de embedding, mas com Word2vec. O Word2Vec é um algoritmo para representação de palavras como vetores densos, capturando as relações semânticas e contextuais entre elas.

9.8.2 Método

9.8.2.1 Cross Validation

O método faz o uso de validação cruzada (cross-validation) para avaliar o desempenho da rede neural. A validação cruzada é uma técnica utilizada para avaliar a capacidade de generalização de um modelo. Consiste em dividir o conjunto de dados em várias partes chamadas de "folds". O modelo é treinado em uma combinação de folds e testado nos folds restantes. Esse processo é repetido várias vezes, alternando os folds

de treinamento e teste, e os resultados são combinados para obter uma estimativa mais robusta do desempenho do modelo.

9.8.2.2 Construção do modelo

1) Definição do modelo:

O modelo possui três camadas: uma camada de entrada com 100 neurônios, uma camada oculta com 32 neurônios e uma camada de saída com 3 neurônios para classificação nas categorias negative, neutral e positive.

```
# Criando o modelo da rede neural
model = Sequential()
model.add(Dense(64, activation='relu', input_shape=(100,))) # Camada de
# Entrada com 100 neurônios
model.add(Dense(32, activation='relu')) # Camada oculta com 32
# Neurônios
model.add(Dense(3, activation='softmax')) # Camada de saída com 3
# Neurônios para classificação (NEGATIVE, NEUTRAL, POSITIVE)
```

2) Compilação do modelo:

Configura-se o otimizador como 'adam', que é um método de otimização popular, e a função de perda como 'sparse_categorical_crossentropy', que é apropriada para problemas de classificação com várias categorias.

```
# Compilando o modelo
model.compile(optimizer='adam', loss='sparse_categorical_crossentropy',
metrics=['accuracy'])
```

3) Treinamento do modelo:

O modelo é treinado utilizando o conjunto de treinamento (X_train e y_train). O treinamento ocorre durante 70 épocas e a validação dos dados de teste é feita utilizando o conjunto de testes (X_test e y_test).

```
# Treinamento do modelo
history = model.fit(X_train, y_train, epochs=60, validation_data=(X_test,
y_test))
```

4) Avaliação do modelo: Base de dados sprint 3

A função evaluate é usada para calcular a perda (loss) e a acurácia (accuracy) do modelo nos dados de teste, e em seguida esses valores são exibidos.

```

# Avaliação do modelo
loss, accuracy = model.evaluate(X_test, y_test)
print('Loss:', loss)
print('Accuracy:', accuracy)

58/58 [=====] - 0s 2ms/step - loss: 0.8403 - accuracy: 0.6064
Loss: 0.8403391242027283
Accuracy: 0.6064060926437378

```

Figura 52: Avaliação do modelo Sprint 3

No entanto, a métrica que estamos levando em consideração no contexto do nosso projeto atual, é a métrica recall, uma vez que essa métrica dá mais ênfase aos Falsos Negativos, que é quando o modelo classifica erroneamente como positivo, quando na verdade é negativo.

Sendo assim, estamos utilizando essa métrica para ter uma melhor precisão do nosso modelo, e aumentar principalmente o acerto de comentários negativos, uma vez que o foco do projeto é justamente esse, não deixar passar batido nenhum comentário que seja negativo. Logo, é necessário que o modelo obtenha bons resultados na métrica recall.

4.1) Avaliação do modelo: Base de dados sprint 4

```

# Avaliação do modelo
loss, accuracy = model.evaluate(X_test, y_test)
print('Loss:', loss)
print('Accuracy:', accuracy)

51/51 [=====] - 0s 1ms/step - loss: 0.9665 - accuracy: 0.5417
Loss: 0.9665026068687439
Accuracy: 0.5416666865348816

```

Figura 53: Avaliação do modelo Sprint 4

5) Precisão do modelo:

O código abaixo faz previsões usando o modelo treinado com o conjunto de teste (X_{test}).

Assim sendo, gera-se um relatório de classificação usando a função `classification_report` do scikit-learn, comparando as classes verdadeiras (y_{test}) com as classes preditas ($y_{pred_classes}$).

```

# Previsões do modelo
y_pred = model.predict(X_test)
y_pred_classes = np.argmax(y_pred, axis=1)

# Gerar o relatório de classificação
report = classification_report(y_test, y_pred_classes)

# Imprimir a tabela de classificação
print(report)

```

9.8.3 Resultados

9.8.3.1 Rede Neural - Precisão (Base de dados sprint 3)

Portanto, levando em conta toda a explicação acima e a definição da métrica escolhida, os resultados obtidos com esse modelo, foi o seguinte:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.53 | 0.54 | 0.53 | 386 |
| 1 | 0.69 | 0.65 | 0.67 | 844 |
| 2 | 0.56 | 0.59 | 0.57 | 612 |
| accuracy | | | 0.61 | 1842 |
| macro avg | 0.59 | 0.59 | 0.59 | 1842 |
| weighted avg | 0.61 | 0.61 | 0.61 | 1842 |

Levando em consideração que:

- 0 - negativo
- 1- neutro
- 2 - positivo

Pode-se concluir que o modelo acerta com um recall de 54% os comentários negativos, 65% os comentários neutros e 59% os comentários positivos.
Portanto, o recall geral obtido com esse modelo foi de 59%.

9.8.3.2 Rede Neural - Precisão (Base de dados sprint 4)

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.40 | 0.62 | 0.49 | 360 |
| 1 | 0.62 | 0.47 | 0.54 | 597 |
| 2 | 0.58 | 0.54 | 0.56 | 651 |
| accuracy | | | 0.53 | 1608 |
| macro avg | 0.53 | 0.54 | 0.53 | 1608 |
| weighted avg | 0.56 | 0.53 | 0.53 | 1608 |

Levando em consideração que:

- 0 - negativo
- 1- neutro
- 2 - positivo

Pode-se concluir que o modelo acerta com um recall de 62% os comentários negativos, 47% os comentários neutros e 54% os comentários positivos.
Portanto, o recall geral obtido com esse modelo foi de 54%.

9.8.3.3 Rede Neural - Matriz de confusão

A matriz de confusão, também conhecida como tabela de contingência, é utilizada para visualizar o desempenho de um modelo de classificação. É muito útil quando se trabalha com problemas de classificação em machine learning.

A matriz de confusão apresenta uma tabela com duas dimensões: as classes reais (verdadeiras) e as classes previstas (estimadas) pelo modelo. Cada célula da matriz representa o número de instâncias que foram classificadas de determinada forma pelo modelo.

Código da matriz de confusão:

```
cm = confusion_matrix(y_test, y_pred_classes)

# Definir as classes
classes = ['Classe 1', 'Classe 2', 'Classe 3']

# Plotar a matriz de confusão
plt.figure(figsize=(8, 6))
sns.heatmap(cm, annot=True, cmap='Blues', fmt='g', xticklabels=classes,
            yticklabels=classes)
plt.xlabel('Classe Preditá')
plt.ylabel('Classe Verdadeira')
plt.title('Matriz de Confusão')
plt.show()
```

Sprint 3:

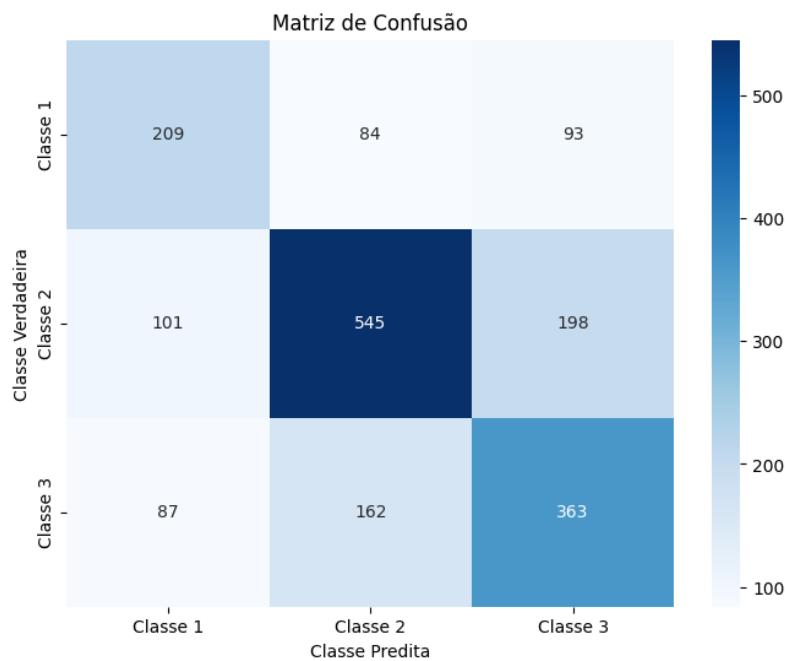


Figura 53: Matriz de confusão - Rede Neural Sprint 3

Levando em consideração que:

Classe 1 - negativos

Classe 2 - neutros

Classe 3 - positivos

Pode-se concluir, que de acordo com a matriz de confusão acima, o modelo teve um alto acerto sobre a classe dos negativos (**209**), porém, ainda teve um erro de (84) sendo classificado como neutro quando na verdade é negativo e (93) sendo classificado como positivo quando é negativo. Logo, estamos em busca do aumento de acertos da classe negativa e diminuição desses erros, em que o modelo está classificando erroneamente um total de (177) que pertencem a classe do negativo.

Sprint 4:

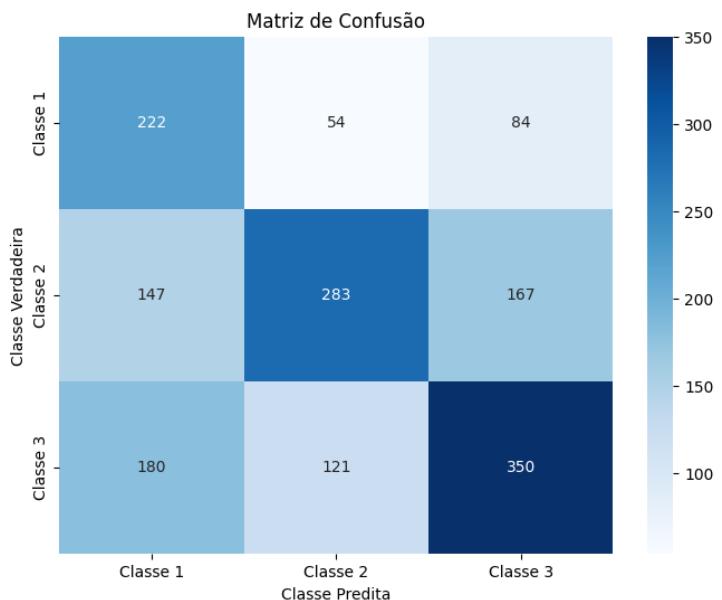


Figura 54: Matriz de confusão - Rede Neural Sprint 4

Levando em consideração que:

Classe 1 - negativos

Classe 2 - neutros

Classe 3 - positivos

Pode-se concluir, que de acordo com a matriz de confusão acima, o modelo teve um alto acerto sobre a classe dos negativos (222), porém, ainda teve um erro de (54) sendo classificado como neutro quando na verdade é negativo e (84) sendo classificado como positivo quando é negativo. Logo, estamos em busca do aumento de acertos da classe negativa e diminuição desses erros, em que o modelo está classificando erroneamente um total de (138) que pertencem a classe do negativo.

9.8.4 Conclusão

Os códigos apresentados acima demonstram todo o processo de construção e treinamento de uma rede neural para classificação de texto, com todos os passos necessários para a construção do modelo de uma rede neural para machine learning, com relatório de classificação, precisão e matriz de confusão.

Além disso, é importante ressaltar que esse modelo de rede neural foi criado um utilizando a base de dados antiga já tratada e o outro utilizando a base atual, com um novo tratamento. Sendo assim a comparação ficou a seguinte:

Rede neural - Word2vec - Sprint 3:

- recall = 59%
- classe 0 (negativo) recall = 54%
- classe 1 (neutro) recall = 65%
- classe 2 (positivo) = 59%

- Matriz de confusão
 - Acertos dos negativos - 209
 - Erros dos negativos - 177

Rede neural - Word2vec - Sprint 4:

- recall = 54%
- classe 0 (negativo) recall = 62%
- classe 1 (neutro) recall = 47%
- classe 2 (positivo) = 54%
- Matriz de confusão
 - Acertos dos negativos - 222
 - Erros dos negativos - 138

9.9 Random Forest - Word2vec

9.9.1 Introdução

Nesta seção, discutiremos o uso da técnica de Random Forest em combinação com o modelo Word2Vec. O Word2Vec é um modelo de aprendizado de máquina que representa palavras como vetores numéricos, capturando relações semânticas e contextuais entre elas.

O Random Forest é um algoritmo de aprendizado supervisionado baseado em ensemble, que combina múltiplas árvores de decisão para tomar decisões finais. Vamos explorar como o uso do Word2Vec em conjunto com a Random Forest pode melhorar a precisão e o desempenho dos modelos de classificação.

9.9.2 Método

9.9.2.1 Cross validation

Cross validation utilizado para avaliar a capacidade de um modelo de generalizar para novos dados, que consiste em dividir o conjunto de dados em partes menores, treinar o modelo em uma parte e testá-lo em outra. Esse processo é repetido várias vezes e a média das métricas de avaliação é usada para avaliar o desempenho do modelo.

9.9.2.2 Construção do modelo - sem gridsearch

1) Definição do modelo:

1.1) Carregando os dados:

```
df_word2vec = df_word2vec.dropna()
```

1.2) Separando as features e o target:

O target é atribuído à variável target, que contém a coluna 'sentimentoNumerico'. As features são atribuídas à variável features, que contém todas as colunas a partir da coluna 2 até a coluna 102.

```
target = df_word2vec['sentimentoNumerico']
features = df_word2vec.iloc[:, 2:102]
```

1.3) Dividindo os dados em treinamento e teste:

```
X_train, X_test, y_train, y_test = train_test_split(features, target,
test_size=0.2, random_state=42)

# Construindo o modelo Random Forest
model_rf = RandomForestClassifier(n_estimators=100, random_state=42)

# Treinando o modelo
model_rf.fit(X_train, y_train)
```

2) Aplicação da validação cruzada:

Validação Cruzada no modelo Random Forest para avaliar o desempenho do modelo em diferentes conjuntos de treinamento e teste

```
# Aplicar a validação cruzada
cv_scores = cross_val_score(model_rf, X_train, y_train, cv=5) # cv=5
indica 5 folds de validação cruzada

# Imprimir os scores de validação cruzada
print("Scores de validação cruzada:", cv_scores)
print("Média dos scores:", np.mean(cv_scores))
```

```
Scores de validação cruzada: [0.62864902 0.65444671 0.66259335 0.63543788 0.6496945 ]
Média dos scores: 0.6461642905634759
```

9.9.3 Resultados

9.9.3.1 Random Forest - Word2vec - Precisão (Base de dados sprint 3)

Avaliação do modelo:

```
# Avaliando o modelo
y_pred = model_rf.predict(X_test)

# Gerando o relatório de classificação
classification_report = classification_report(y_test, y_pred)
print(classification_report)

precision      recall    f1-score   support
```

| | | | | |
|--------------|------|-------------|------|------|
| 0 | 0.56 | 0.54 | 0.55 | 386 |
| 1 | 0.75 | 0.70 | 0.73 | 844 |
| 2 | 0.60 | 0.67 | 0.63 | 612 |
| accuracy | | | 0.66 | 1842 |
| macro avg | 0.64 | 0.64 | 0.64 | 1842 |
| weighted avg | 0.66 | 0.66 | 0.66 | 1842 |

Levando em consideração que:

0 - negativo

1- neutro

2 - positivo

Pode-se concluir que o modelo acerta com um recall de 54% os comentários negativos, 70% os comentários neutros e 67% os comentários positivos.

Portanto, o recall geral obtido com esse modelo foi de 64%.

9.9.3.2 Random Forest - Word2vec - Precisão (Base de dados sprint 4)

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.55 | 0.54 | 0.55 | 360 |
| 1 | 0.66 | 0.57 | 0.61 | 597 |
| 2 | 0.62 | 0.70 | 0.65 | 651 |
| accuracy | | | 0.61 | 1608 |
| macro avg | 0.61 | 0.60 | 0.60 | 1608 |
| weighted avg | 0.62 | 0.61 | 0.61 | 1608 |

Levando em consideração que:

0 - negativo

1- neutro

2 - positivo

Pode-se concluir que o modelo acerta com um recall de 54% os comentários negativos, 57% os comentários neutros e 70% os comentários positivos.

Portanto, o recall geral obtido com esse modelo foi de 60%.

9.8.3.3 Random Forest - Word2vec - Matriz de confusão

```
# Gerar a matriz de confusão
matriz_confusao = confusion_matrix(y_test, y_pred)

# Definir as classes
```

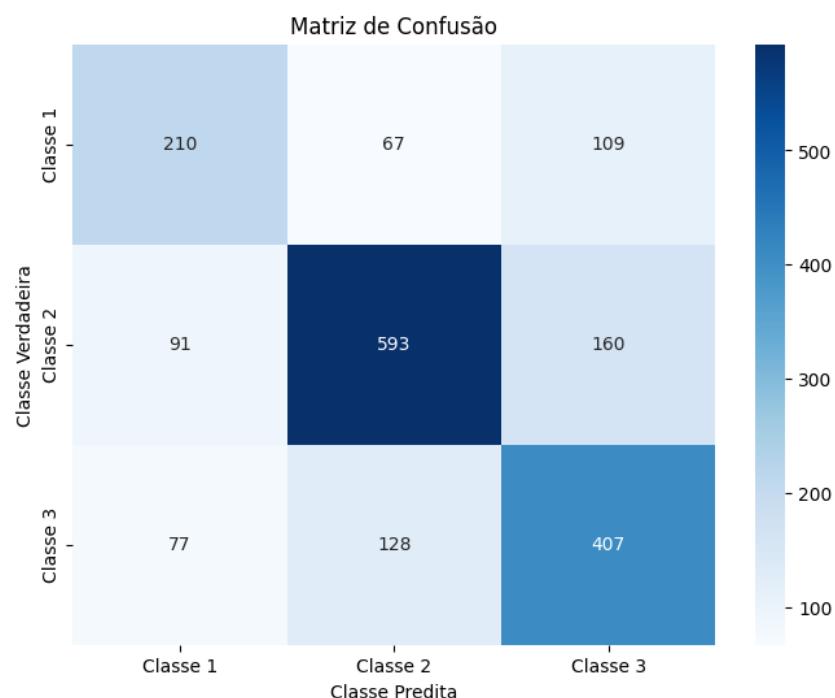
```

classes = ['Classe 1', 'Classe 2', 'Classe 3']

# Plotar a matriz de confusão
plt.figure(figsize=(8, 6))
sns.heatmap(matriz_confusao, annot=True, cmap='Blues', fmt='g',
            xticklabels=classes, yticklabels=classes)
plt.xlabel('Classe Preditá')
plt.ylabel('Classe Verdadeira')
plt.title('Matriz de Confusão')
plt.show()

```

Sprint 3:



Levando em consideração que:

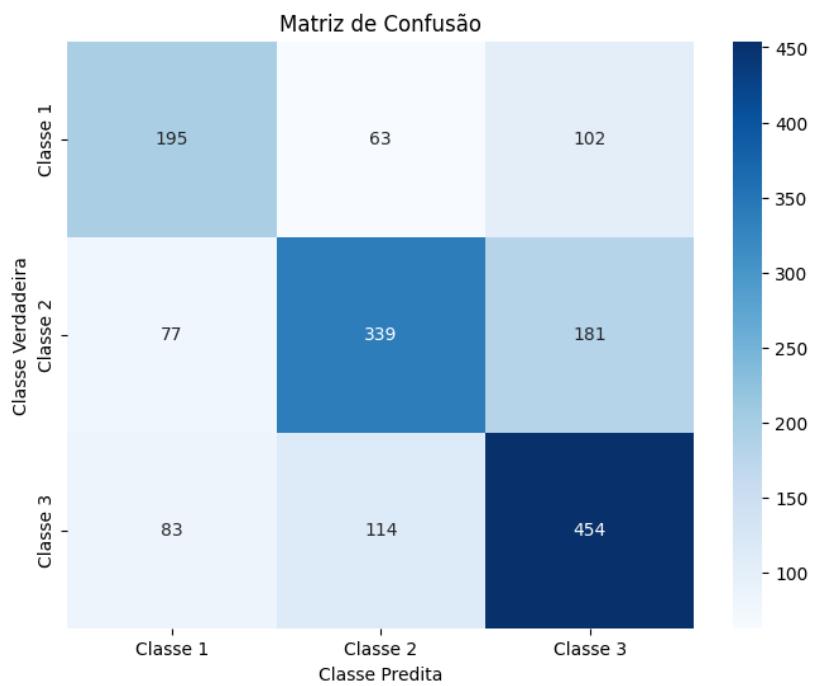
Classe 1 - negativos

Classe 2 - neutros

Classe 3 - positivos

Pode-se concluir, que de acordo com a matriz de confusão acima, o modelo teve um alto acerto sobre a classe dos negativos (210), porém, ainda teve um erro de (67) sendo classificado como neutro quando na verdade é negativo e (109) sendo classificado como positivo quando é negativo. Logo, estamos em busca do aumento de acertos da classe negativa e diminuição desses erros, em que o modelo está classificando erroneamente um total de (176) que pertencem a classe do negativo.

Sprint 4:



Pode-se concluir, que de acordo com a matriz de confusão acima, o modelo teve um alto acerto sobre a classe dos negativos (195), porém, ainda teve um erro de (63) sendo classificado como neutro quando na verdade é negativo e (102) sendo classificado como positivo quando é negativo. Logo, estamos em busca do aumento de acertos da classe negativa e diminuição desses erros, em que o modelo está classificando erroneamente um total de (165) que pertencem a classe do negativo.

9.9.4 Conclusão

Random Forest - Word2vec - Sprint 3:

- recall = 64%
- classe 0 (negativo) recall = 54%
- classe 1 (neutro) recall = 70%
- classe 2 (positivo) = 67%
- Matriz de confusão
 - Acertos dos negativos - 210
 - Erros dos negativos - 176

Random Forest - Word2vec - Sprint 4:

- recall = 60%
- classe 0 (negativo) recall = 54%
- classe 1 (neutro) recall = 57%
- classe 2 (positivo) = 70%
- Matriz de confusão
 - Acertos dos negativos - 195
 - Erros dos negativos - 165

9.10 XGboost - Bag of Words

9.10.1 Introdução

Nesta seção, iremos falar sobre o uso do algoritmo XGboost, em combinação com o processo de vetorização Bag of Words. Como falado em tópicos anteriores, o modelo Bag of Words é uma técnica de representação de texto que transforma cada documento em um vetor numérico, considerando a frequência das palavras no documento.

XGBoost, que significa Extreme Gradient Boosting, é um algoritmo de aprendizado de máquina que se baseia no método de boosting, uma técnica que combina várias árvores de decisão fracas para criar um modelo preditivo mais forte. Assim, iremos analisar como foi o desenvolvimento código e resultado final do conjunto desse algoritmo com o processo de vetorização BoW.

9.10.2 Método

Durante a construção do algoritmo, utilizamos alguns métodos para buscarmos uma melhor acurácia e obter um melhores resultados. Tendo isso em vista, iremos demonstrar como foi o processo sem essas melhorias e pós essas melhorias.

Após a fase de construção do processo de vetorização e obtendo a frequência das palavras e o vocabulário final de todo o conjunto de palavras, começamos a construção do algoritmo. Que se deu da seguinte forma:

1. Definição do modelo:

1.1) Carregando os dados (vocabulário final das palavras):

```
bow_model
```

1.2) Dividindo os dados em treinamento e teste:

```
X_treino, X_teste, y_treino, y_teste = train_test_split(bow_model,  
sentimento, test_size=0.2, random_state=42)
```

```
# Criar e treinar o modelo XGBoost  
modelo_xgb = xgb.XGBClassifier()
```

```
modelo_xgb.fit(X_treino, y_treino)
```

```
# Fazer a predição usando os dados de teste  
predicao_numerica_xgb = modelo_xgb.predict(X_teste)
```

```
# Decodificar as classes preditas  
predicao_xgb = encoder.inverse_transform(predicao_numerica_xgb)
```

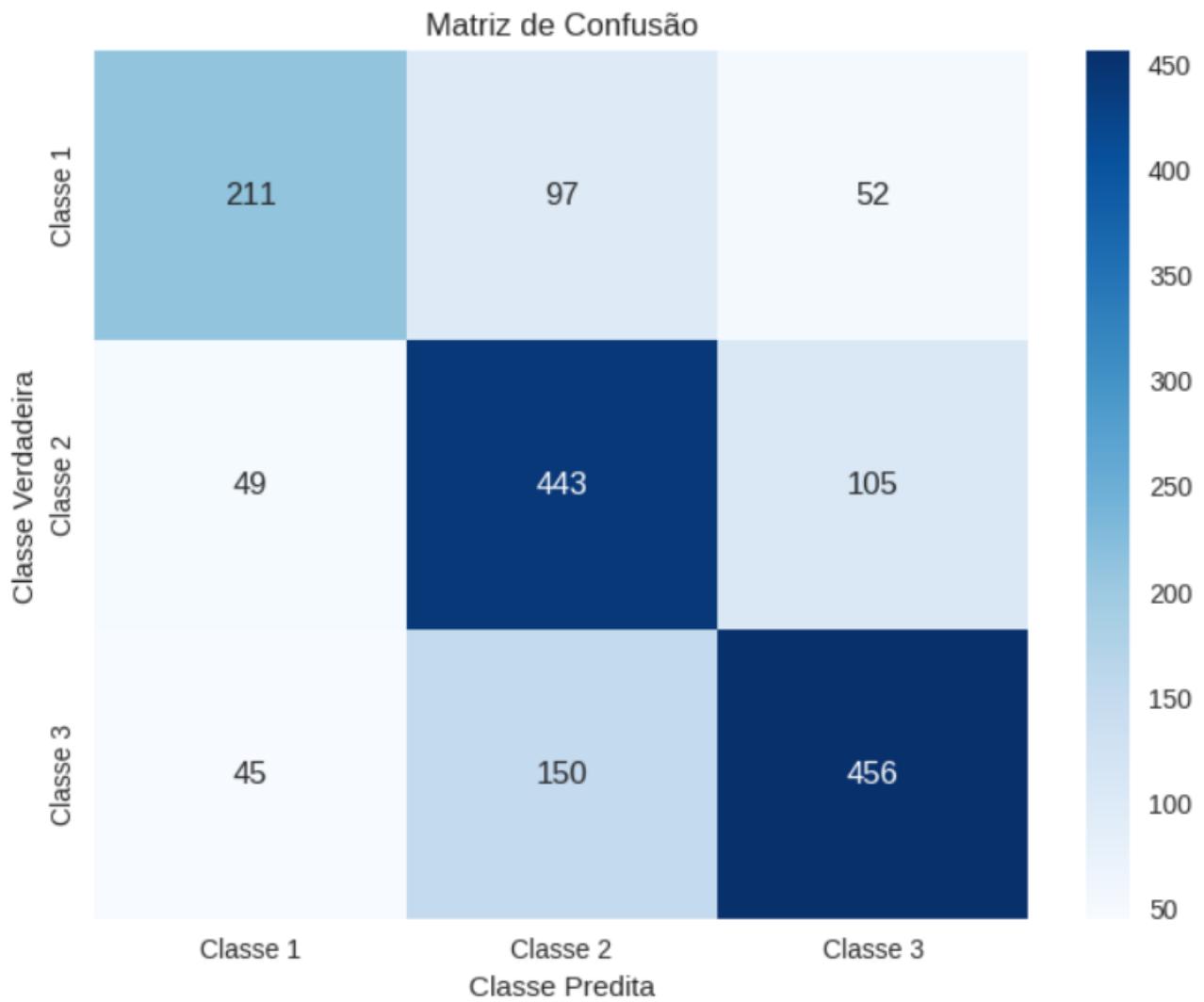
1.3) Matriz de Confusão:

```
cm = confusion_matrix(y_teste, predicao_numerica_xgb)  
classes = ['Classe 1', 'Classe 2', 'Classe 3']
```

```

plt.figure(figsize=(8, 6))
sns.heatmap(cm, annot=True,
            cmap='Blues', fmt='g', xticklabels=classes, yticklabels=classes)
plt.xlabel('Classe Preditiva')
plt.ylabel('Classe Verdadeira')
plt.title('Matriz de Confusão')
plt.show()

```



2. Aplicação da validação Cruzada:

Validação Cruzada no modelo XGboost para avaliar o desempenho do modelo em diferentes conjuntos de treinamento e teste:

```

from sklearn.model_selection import cross_val_predict

# Realizar a validação cruzada e obter as previsões
predicoes_cv = cross_val_predict(modelo_xgb, bow_model, sentimento,
cv=7)

```

```

# Decodificar as classes preditas
predicoes_cv_decodificadas = encoder.inverse_transform(predicoes_cv)

print(classification_report(sentimento, predicoes_cv_decodificadas))

```

3. Aplicação do GridSearch (Hiperparâmetros):

Aplicação de Hiperparâmetros no modelo XGboost para buscar outras métricas que se encaixem melhor no modelo:

```

# Definir a grade de valores para os hiperparâmetros a serem testados
parametros = {
    'learning_rate': [0.1, 0.01],
    'n_estimators': [100, 200],
    'max_depth': [3, 5],
    'subsample': [0.6, 0.8],
    'colsample_bytree': [0.6, 0.8]
}

# Criar uma instância do modelo XGBoost
modelo_xgb = xgb.XGBClassifier()

# Criar uma instância do objeto GridSearchCV
grid = GridSearchCV(modelo_xgb, parametros, cv=5, scoring='accuracy',
n_jobs=-1)

# Treinar o modelo com a busca exaustiva de hiperparâmetros
grid.fit(X_treino, y_treino)

# Exibir os resultados da busca exaustiva
print('Melhores hiperparâmetros:', grid.best_params_)

# Criar um novo modelo com os melhores hiperparâmetros encontrados
modelo_xgb = xgb.XGBClassifier(**grid.best_params_)
modelo_xgb.fit(X_treino, y_treino)

# Fazer a predição usando os dados de teste
predicao_numerica_xgb = modelo_xgb.predict(X_teste)

# Decodificar as classes preditas
predicao_xgb = encoder.inverse_transform(predicao_numerica_xgb)

print(classification_report(y_teste, predicao_xgb))

```

9.10.3 Resultados

Avaliação do modelo:

1. Definição do modelo:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.69 | 0.59 | 0.63 | 360 |
| 1 | 0.64 | 0.74 | 0.69 | 597 |
| 2 | 0.74 | 0.70 | 0.72 | 651 |
| accuracy | | | 0.69 | 1608 |
| macro avg | 0.69 | 0.68 | 0.68 | 1608 |
| weighted avg | 0.69 | 0.69 | 0.69 | 1608 |

Levando em consideração que:

0 - negativo

1- neutro

2 - positivo

Pode-se concluir que o modelo acerta com um recall de 59% os comentários negativos, 74% os comentários neutros e 70% os comentários positivos. Portanto, o recall geral obtido com esse modelo foi de 68%.

2. Cross-Validation:

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.67 | 0.57 | 0.61 | 1970 |
| 1 | 0.60 | 0.69 | 0.64 | 2918 |
| 2 | 0.70 | 0.67 | 0.68 | 3152 |
| accuracy | | | 0.65 | 8040 |
| macro avg | 0.66 | 0.64 | 0.65 | 8040 |
| weighted avg | 0.66 | 0.65 | 0.65 | 8040 |

Levando em consideração que:

0 - negativo

1- neutro

2 - positivo

Pode-se concluir que o modelo acerta com um recall de 57% os comentários negativos, 69% os comentários neutros e 67% os comentários positivos. Portanto, o recall geral obtido com esse modelo foi de 64%.

3. GridSearch:

```
Melhores hiperparâmetros: {'colsample_bytree': 0.8, 'learning_rate': 0.1, 'max_depth': 5, 'n_estimators': 200, 'subsample': 0.6}
```

| | precision | recall | f1-score | support |
|--------------|-----------|-------------|----------|---------|
| 0 | 0.68 | 0.58 | 0.63 | 360 |
| 1 | 0.62 | 0.75 | 0.68 | 597 |
| 2 | 0.74 | 0.66 | 0.70 | 651 |
| accuracy | | | 0.68 | 1608 |
| macro avg | 0.68 | 0.66 | 0.67 | 1608 |
| weighted avg | 0.68 | 0.68 | 0.68 | 1608 |

Levando em consideração que:

- 0 - negativo
- 1- neutro
- 2 - positivo

Pode-se concluir que o modelo acerta com um recall de 58% os comentários negativos, 75% os comentários neutros e 66% os comentários positivos. Portanto, o recall geral obtido com esse modelo foi de 66%.

9.10.4 Conclusão

XGboost - BoW:

- recall = 66%
- classe 0 (negativo) recall = 58%
- classe 1 (neutro) recall = 75%
- classe 2 (positivo) = 66%

A partir dos valores apresentados acima, é possível concluir que não é possível continuar utilizando o modelo de XGboost com o processo BoW, para o desenvolvimento do projeto.

10. Comparação entre os modelos

10.1 Introdução

Abaixo serão utilizados os

10.2 Método

O primeiro modelo empregou uma abordagem híbrida, combinando o algoritmo Naive Bayes com o método Word2Vec usando a arquitetura CBOW. O Naive Bayes é um algoritmo de classificação probabilístico amplamente utilizado, enquanto o Word2Vec é uma técnica de aprendizado de representação de palavras baseada em redes neurais.

No caso deste modelo, o CBOW foi utilizado para gerar representações vetoriais de palavras, que foram então alimentadas ao classificador Naive Bayes para realizar a classificação.

Já o segundo modelo adotou apenas o método Word2Vec, sem a inclusão do Naive Bayes. Nessa abordagem, o Word2Vec foi aplicado diretamente ao corpus de texto para aprender representações vetoriais de palavras.

10.3 Resultado

O primeiro modelo, que combina Naive Bayes e Word2Vec com CBOW, obteve uma precisão de 43,55%. Já o segundo modelo, que utiliza apenas o Word2Vec no corpus, alcançou uma precisão de 42,77%.

10.4 Conclusão

Ao comparar os dois modelos, foi possível observar que o primeiro modelo, que combina Naive Bayes e Word2Vec com CBOW, apresentou uma precisão com 0,78% a mais de diferença, em relação ao segundo modelo que utiliza apenas o Word2Vec no corpus. No entanto, a diferença entre as precisões é relativamente pequena, o que sugere que ambos os modelos possuem desempenho semelhante na tarefa de classificação de texto.

Vale ressaltar que é importante considerar outros aspectos além da precisão ao avaliar a adequação de um modelo para uma tarefa específica. A simplicidade e a eficiência computacional são fatores relevantes a serem considerados. O primeiro modelo, que combina o Naive Bayes com Word2Vec, exigiu um processamento mais complexo e potencialmente maior tempo de treinamento e inferência em comparação ao segundo modelo que utilizava apenas o Word2Vec. Portanto, é necessário levar em consideração os métodos de cada modelo, para que assim possa-se escolher o modelo mais adequado para a aplicação do projeto, que tem como objetivo uma análise de sentimento e identificação de palavras-chave utilizando PLN.

Sendo assim, embora o modelo Naive Bayes + Word2Vec com CBOW tenha apresentado uma vantagem, mesmo que mínima, em termos de precisão em relação ao modelo Word2Vec no corpus, a diferença não é significativa. A escolha entre esses

modelos dependerá de outros fatores, como eficiência computacional e requisitos específicos do projeto em si.

Anexos

Utilize esta seção para anexar materiais extras que julgar necessário.

Fontes para a seção 1.3.3:
<http://www.swge.inf.br/ANALIS/CBCM2017/PDF/CBCM2017-0039.PDF>