→ SLIDE 1 - Apresentação da empresa. Gabi

Bom dia a todos, essa é uma apresentação da equipe Tech Feelings Analysis.

→ SLIDE 2 - Apresentação da empresa. Gabi

Somos uma empresa de consultoria e prestação de serviços nas áreas de desenvolvimento de sistemas relacionados a sentimentos.

→ SLIDE 3 - Apresentação da empresa. Gabi

Nossa missão é entregar as melhores soluções em desenvolvimento, conectando sistemas a clientes.

→ SLIDE 4 - Valores da empresa. Lívia

Nossa empresa preza pelo respeito e honestidade cumprindo prazos para entregar os melhores resultados aos nossos clientes atuando com excelência e maestria.

→ SLIDE 5 - Apresentação da equipe. Lívia

A equipe é formada por 4 integrantes, sendo eles: Gabriele Brito, Lívia Negrini, Lucas Medina e Lucas Reis.

→ SLIDE 6 - Serviços Cognitivos. - Gabi

A Tech Feelings trabalha com serviços cognitivos que são processos computacionais baseados em algoritmos bastante complexos de Inteligência Artificial e Machine Learning, capazes de entender, deduzir, concluir ou dar sentido a uma série de informações.

→ SLIDE 7 - O que é e para o que serve?- Lívia

Nossa implementação é baseada em um serviço cognitivo, ele se chama análise de sentimentos. A análise de sentimentos é realizada por meio de processamento de linguagem natural, análise de texto, linguística computacional e biometria e tem a finalidade de criar conhecimento a partir destes dados. Tem como objetivo classificar sentenças, ou um conjunto de sentenças, como positivas, negativas ou neutras. Essa classificação é realizada automaticamente e extrai informações subjetivas de textos, criando conhecimento estruturado que pode ser utilizado por um sistema.

→ SLIDE 8 - Influência - Doka

Nossa visão do mundo é muitas vezes influenciada pela visão e opinião de outras pessoas. E isso não acontece apenas com indivíduos, mas também com as empresas. E por isso, cada vez mais as empresas estão interessadas em saber a percepção de outras empresas e indivíduos sobre seus produtos e serviços. E esta é a função da análise de sentimentos, também conhecida como opinion mining.

→ SLIDE 9 - Contexto Histórico - Gabi

Nos últimos anos, com o surgimento das redes sociais, com a evolução e a proliferação de equipamentos de telecomunicações, como computadores, smartphones e outros meios, transformaram significativamente a forma como as pessoas transmitem as suas opiniões sobre diferentes assuntos. Milhares de pessoas estão conectadas e a trocarem informações, através da Internet, o tempo todo. Como consequência desta revolução tecnológica e de comportamento, grandes volumes de texto formam-se e crescem a cada instante.

→ SLIDE 10 - Finalização do contexto Histórico - Medina

Perante esta situação e para dar solução a este problema, surgiu, dentro do Processamento da Linguagem Natural, uma nova área designada de Análise de Sentimento em Texto (AST).

→ SLIDE 11 - Formas de Utilização - Lívia

A análise de sentimentos tem sido largamente usada nas redes sociais, assim como em comentários em blogs. Várias startups estão surgindo com soluções de análise de sentimento e gigantes como Microsoft, Google, HP, Amazon, Bloomberg e Adobe possuem suas próprias soluções. Além disso, os analistas de dados de grandes empresas avaliam a opinião pública, realizam pesquisas de mercado, monitoram a reputação de marcas e produtos e compreendem as experiências dos seus consumidores ou potenciais clientes.

→ SLIDE 12 - Exemplos - Doka

Para vocês entenderem melhor podemos citar o seguinte exemplo o seguinte caso: a frase "Amo chocolate" é muito positiva no que diz respeito ao chocolate como alimento. "Odeio este novo telefone" também dá uma indicação clara das preferências do cliente sobre o produto. Nestes dois casos particulares, as palavras "amor" e "ódio" carregam uma clara polaridade de sentimentos. Um caso mais complexo poderia ser a frase "Não gosto do novo telefone", onde a polaridade positiva de "gosto/gostar" é invertida em uma polaridade negativa pela negação. O mesmo para "Não desgosto de chocolate", onde a negação de uma palavra negativa como "desgostar" traz uma sentença positiva.

→ SLIDE 13 - “Produto” - Medina

O nosso produto consiste em uma extensão para navegadores que analisa as frases selecionadas e informa se a frase é positiva, negativa ou neutra.

PREENCHER COM MAIS EXPLICAÇÕES