**Trabalho de Conclusão de Curso**

PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DE DADOS E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

**ALUNO: Murilo Wolfart**

**ORIENTADOR: Nome do Orientador**



Sumario

´

[**1. RESUMO 2**](#_Toc83580266)

[**2. INTRODUÇÃO 3**](#_Toc83580267)

[**3. TRABALHOS RELACIONAIS 4**](#_Toc83580268)

[**4. METODOLOGIA 5**](#_Toc83580269)

[**5. RESULTADOS 6**](#_Toc83580270)

[**6. DISCUSSÃO 7**](#_Toc83580271)

[**7. CONCLUSÃO E TRABALHOS FUTUROS 8**](#_Toc83580272)

**ARTIGO CIENTÍFICO**

# RESUMO

A fim de descobrir formas de atrair mais usuários para jogos na App Store, usou-se um dataset do Kaggle contendo 2000 jogos junto às suas descrições e avaliações para fazer uma análise e treinamento de um modelo e verificar se existe alguma relação entre o conteúdo do jogo, descrito no campo “descrição”, e as avaliações do mesmo. Através deste dataset descobriu-se que existe uma quantiade enorme de avaliações positivas (4 estrelas ou mais), demonstrando alta satisfação dentre os usuários que instalam e avaliam o jogo, e portanto não produzindo um modelo eficaz o suficiente para prever avaliações positivas. No entanto, aproximadamente metade do dataset contém menos de 30.000 avaliações feitas, e um quarto contém menos de 5.300 avaliações. Dessa forma, treinou-se um modelo a fim de verificar relações entre o conteúdo (descrição) de um jogo e a quantidade de avaliações feitas (gerando portanto um maior engajamento). Analisando as tabelas TF-IDF geradas para duas classes distintas “highRatingCount” e “lowRatingCount” notou-se, dentre os dados de maior quantidade de avaliações, maior presença de palavras como “subscription” (assinatura), “slot” (caça-níqueis), “free” (gratuito), “trial”, “casino”, “battle” (batalha), além de uso de estrutura em tópicos, indicando um maior engajamento para estes temas e para descrições mais claras, objetivas e detalhadas. O modelo treinado previu corretamente as classes numa taxa de aproximadamente 70% (acurácia), indicando portanto uma relação consideravelmente forte entre descrição de jogos e quantidade de avaliações.

# INTRODUÇÃO

No atual universo de dispositivos móveis, a App Store, loja digital da Apple, desempenha um papel fundamental na disponibilização e lançamento de aplicativos. Atualmente existem mais de 1.8 milhões de apps disponíveis na plataforma dividos em diversas categorias, cada uma com seu perfil de usuário e particularidades. Dentre estas categorias, está a de jogos digitais, que vem crescendo cada vez mais ao longo dos anos. Para os desenvolvedores, um dos desafios no lançamento de um jogo é obter avaliações positivas e atrair usuários, uma vez que as únicas informações que estes terão inicialmente é a descrição, categoria e algumas capturas de tela antes de instalá-lo. Nesse contexto, torna-se útil estudar formas de atrair jogadores utilizando estes pequenos espaços na página de cada aplicativo.

Este trabalho propõe-se a analisar a relação entre descrições de jogos e avaliações de usuários na App Store, se ela existe e como influencia na popularidade do jogo. Por meio de análises estatísticas e modelagem preditiva, procura-se identificar padrões e correlações que possam oferecer informações valiosas para desenvolvedores na criação e promoção de jogos, bem como temas, características e funcionalidades que atraem mais atenção.

O modelo preditivo construído neste estudo também é utilizado para, dado uma descrição de um jogo, predizer se ele irá obter uma boa quantidade de avaliações na loja, atraindo mais usuários e gerando um maior engajamento. A aplicação deste modelo pode auxiliar desenvolvedores na otimização de suas estratégias de marketing e na criação de conteúdo mais atrativo para usuários da App Store.

Ao compreendermos melhor como as descrições dos jogos se relacionam com o engajamento dos usuários e quais características influenciam positivamente na popularidade de um jogo, podemos não apenas melhorar a visibilidade e o sucesso dos jogos na plataforma, mas também contribuir para uma melhor experiência para os jogadores.

# TRABALHOS RELACIONAIS

Um trabalho semelhante foi feito por Aisulu Omar e publicado no website Medium.com[[1]](#endnote-1), onde vários aplicativos na Play Store (de Google) são analisados, a fim de verificar quais das informações básicas como ano de lançamento, categoria e preço influenciam na avaliação de usuários. O trabalho utiliza um dataset disponível no Kaggle contendo informações de 10 mil aplicativos e diferentes regressores, fundamentalmente utilizando o regressor XGBoost para geração do modelo final que prevê avaliações de um aplicativo com base nas informações básicas. Este regressor também é utilizado para verificar que aplicativos das categorias esportes, utilitários e também aplicativos gratuitos obtem uma melhor avaliação num geral.

Em 2019 um artigo feito por Kevin Daimi e Noha Hazzazi pela universidade de Detroit analisou diversos aplicativos na App Store a fim de buscar relações entre avaliações de usuarios e informações básicas, muito semelhante ao trabalho feito por Omar. Neste trabalho, somente é utilizado para predizer a avaliação média dos aplicativos os atributos quantidade de avaliações, número de dispositivos suportados, número de idiomas suportados e número de capturas de telas fornecidas. O trabalho visa utilizar diferentes técnicas de aprendizado de máquina para predizer as avaliações médias dos aplicativos, como SVM, florestas aleatórias e regressão linear, sendo árvores aleatórias o algoritmo que gerou os melhores resultados.

Nenhum dos trabalhos anteriores utiliza o campo de descrição a fim de busca por padrões nas avaliações dos usuários, no entanto, tornando este projeto diferente dos demais

# METODOLOGIA

Para realizar o estudo, foi utilizado um dataset contendo informações de 2000 jogos na App Store, disponível no Kaggle. O dataset contém diversas informações sobre os apps, incluindo descrição, autores, avaliação média, número de avaliações, gênero primário, preço, notas de lançamento, dentre outros. Além disso, utilizou-se de Python e suas bibliotecas para as análises, transformações e treinamento de modelo descritos neste artigo.

Através das informações do dataset, convertidas para um dataframe da biblioteca *pandas*, o primeiro passo foi identificar por ausência de dados. Foram constatadas 58 lacunas no campo “preço” e 31 no campo “notas de lançamento”, com os outros campos nunca estando vazios. No entanto, foi também constatado que dos jogos que possuem preço, apenas um efetivamente possui um custo de instalação, enquanto 1941 são todos gratuitos para um primeiro download. Além do preço, também foi feita uma análise sobre os dados de avaliação média dos usuários, número de avaliações feitas e descrição. Descobriu-se que dos 2000 jogos, 1879 possuem avaliação média superior a 4 estrelas num total de 5, e que 1451 possuem avaliação superior a 4.5 estrelas. Mais precisamente, a mediana do campo avaliação média fica em 4.62, e o primeiro quartil fica em 4.47. Tais informações demonstram uma satisfação geral dentre usuários que instalam e avaliam os jogos. Para o número de avaliações, a distribuição é um pouco mais uniforme, variando entre 0 e 10 milhões, com mediana em 26 mil, primeiro quartil em 5 mil e terceiro quartil em 108 mil, embora ela ainda siga uma distribuição semelhante à exponencial negativa. Quanto ao campo descrição, a média da quantidade de palavras fica em 300, com mediana em 279 e primeiro e terceiro quartis em 159 e 428 respectivamente.

Após a análise inicial, aplicou-se um algoritmo de stemming e remoção de stop words com auxílio da biblioteca *ntlk*, utilizando *Porter Stemmer* para a realização do primeiro. Feito isso, gerou-se uma matriz de palavras e suas quantidades por linha através do algoritmo *CountVectorizer*, pertencente à biblioteca *SciKit*. Além disso, também foi utilizado um *TfidfTransformer* para realçar palavras que possuem mais importância no contexto de descrição do aplicativo.

Com as transformações necessárias feitas, duas sequências de testes foram feitas à partir de duas novas propriedades: “goodRating”, que determina se um jogo possui uma avaliação boa, e “highEngagement”, que determina se um jogo irá possuir uma quantidade significativa de avaliações de usuário. Para o primeiro caso, utilizou-se inicialmente como critério de avaliação boa o limiar de 4.5 estrelas, tendo em vista a alta distribuição de valores acima de 4 para esta informação, e eventualmente testando valores novos. Já para o segundo caso, utilizou-se 30.000 avaliações recebidas como critério, um valor próximo da mediana desta coluna. Estas duas propriedades seriam então as classes preditas pelo nosso modelo treinado.

Para treinamento de modelo utilizou-se dois algoritmos: *Support Vector Machines* e também *Histogram Gradient Boosting*, ambas de *SciKit*. 20 modelos foram gerados para diferentes combinações de conjuntos de treinamento e teste, onde o conjunto de testes sempre era 20% do conjunto original. Ao final computou-se, através da matriz de confusão, a média dos valores de acurácia, precisão e recall.

Além do modelo criado, também foi-se feita uma análise das palavras de maior incidência dentre jogos com maior engajamento, verificando os maiores valores numéricos nas tabelas TF-IDF. Mais precisamente, separou-se os dois conjuntos conforme a classe e, após computada a matriz TF-IDF em ambos, subtraiu-se a segunda (jogos com baixo engajamento) da primeira (jogos com alto engajamento), para eliminar artigos e palavras que não possuem tanta importância, listando assim as palavras que tendem a garantir mais número de avaliações dos usuários.

# RESULTADOS

Para a propriedade “goodRating”, representando se um jogo obteve uma avaliação positiva ou não, os modelos preditos utilizando *Support Vector Machines* atingiram uma média de valores de acurácia, precisão e recall de 77.31%, 77.48% e 97.05% respectivamente. Mais precisamente, os modelos previram em média 282 verdadeiros positivos, 82 falsos positivos, 9 falsos negativos e 27 verdadeiros negativos. Nestes casos o critério utilizado fora de 4.5 estrelas de 5. Embora os valores relativos pareçam bons, a quantidade de elementos da classe negativa é muito pequena para representar um resultado fidedigno. Tal resultado acaba não sendo uma surpresa, visto que apenas 25% do dataset entra para uma das classes nesta configuração. Se elevarmos o critério de boa avaliação para 4.6, obtendo assim 915 jogos com “avaliação baixa” e 1085 com “avaliação alta”, as médias de acurácia, precisão e recall alteram para 67.97%, 68.39% e 76.50% respectivamente. Com 4.7 estrelas como critério, temos 73.69%, 67.95% e 35.60% respectivamente, e os valores de verdadeiros negativos passam a ser bem maiores que o de verdadeiros positivos (a situação se inverte). Utilizando *Histogram Gradient Boosting* para um limiar de 4.5 estrelas, obtem-se acurácia, precisão e recall de 78.82%, 80.51% e 93.35% respectivamente, e com limiar de 4.6 tem-se 69.14%, 71.24% e 74.25% respectivamente, produzindo um resultado semelhante ao SVM.

Para a propriedade “highEngagement”, representando se um jogo teve quantidade significativa de avaliações de usuários, os modelos preditos utiliando *Support Vector Machines* atingiram uma média de valores de acurácia, precisão e recall de 71.16%, 70.22% e 66.95% respectivamente, utilizando 30.000 como critério para separação de classes, possuindo assim um melhor desempenho comparado ao modelo predito sob o atributo “goodRating”. Além disso, se alterarmos o critério para 20.000 ou 50.000, temos como acurácia, precisão e recall 71.92%, 72.64% e 79.64%, e 73.28%, 70,71% e 52,09% respectivamente. Utilizando o método do *Histogram Gradient Boosting*, obtemos acurácia, precisão e recall 74.07%, 73.16% e 71.35% respectivamente, tendo critério de divisão de 30.000. Para um critério de divisão de 20.000, temos 72.87%, 74.53% e 78.92% respectivamente. Comparando com SVM, notamos uma semelhança entre os resultados, com HGB sendo somente um pouco melhor. Tais resultados sugerem uma relação significativa entre a descrição de um jogo e a quantidade de engajamento que ela atrai.

Analisando as tabelas TF-IDF resultantes do grupo de classes de alto engajamento e baixo engajamento, notou-se uma maior incidência de palavras como “slot”, “casino” e “battle” dentre as 30 mais frequentes, sugerindo temas que atraem mais usuários. Além disso, caracteres especiais utilizados para um formato de tópicos, como pontos de meia altura, também aparecem dentre as 10 palavras com mais escore. Por fim, palavras relacionadas a assinaturas, contas e períodos de teste também estão entre palavras que atraem mais atenção, sugerindo um maior engajamento quando jogos acrescentam detalhes sobre suas assinaturas e formas de cobrança já na descrição dos mesmos.

# DISCUSSÃO

Após analisar os resultados, notou-se uma relação significativa entre a descrição dos jogos e a quantidade de avaliações feitas, podendo-se atrair mais usuários com algumas palavras-chave específicas e com informações mais precisas, especialmente no quesito assinaturas in-game.

A fim de obter uma melhor avaliação média, no entanto, as análises feitas não foram eficazes o suficiente, sendo a maior limitação a quantidade de dados disponíveis no dataset. Dos 2000 jogos, 1879 já possuiam uma avaliação maior que 4 estrelas (o que normalmente consideramos como uma boa avaliação). Além disso, esta também foi uma limitação que poderia impedir o modelo relacionado à alto engajamento de obter uma melhor performance.

Finalmente, para o dataset e parâmetros utilizados, o algoritmo de *Histogram Gradient Boosting* apresentou desempenho muito semelhante ao do *Support Vector Machines*, obtendo resultados apenas um pouco melhores.

# CONCLUSÃO E TRABALHOS FUTUROS

Para trabalhos futuros, uma possibilidade seria aplicar esta mesma análise e testes em um dataset maior, coletando mais informações na loja para obter resultados mais fidedignos, inclusive analisando a relação entre descrição de um jogo e avaliação média.

Outro trabalho interessante pode também envolver buscar uma correlação entre capturas de telas de um jogo e suas avaliações, eventualmente classificando o tipo de capturas de tela, se possuem mais texto ou se são mais visuais, quais as cores utilizadas, etc.

Por fim, um objetivo inicial que o autor possuia mas que também não se tornou possível devido ao dataset, seria buscar uma relação entre o custo de instalação dos jogos e suas avaliações, junto à descrição. Com este dataset isto não se tornou possível devido à apenas um jogo possuir um custo de instalação diferente de zero.

1. Medium.com, *Is it possible to predict rating of google play store apps based on the given information?,* Disponível em https://medium.com/analytics-vidhya/is-it-possible-to-predict-rating-of-google-play-store-apps-based-on-the-given-information-da9a44a3ac1e [↑](#endnote-ref-1)