

**A. Ciências Exatas e da Terra - 2. Ciência da Computação - 6. Inteligência Artificial e Redes Neurais**

**Web analítica, gestão do conhecimento e geração de inovação: Uma abordagem aplicada a produto de software**

Leandro Mاتيoli Santos<sup>1</sup>

Frank Mendes Nobre<sup>2</sup>

André Grützmann<sup>3</sup>

André Luiz Zambalde<sup>4</sup>

Ahmed Ali Abdalla Esmin<sup>5</sup>

1. Bolsista do PIBIC/CNPQ, 7o módulo de Ciência da Computação, UFLA
2. Mestrando em Ciência da Computação, UFLA/UFMG
3. Doutorando em Administração, DAE-UFLA
4. Orientador, DAE-DCC/UFLA
5. Co-Orientador, DCC-UFLA

**RESUMO:**

O presente trabalho investiga as potencialidades da web na inovação de produtos e serviços. Especificamente, neste artigo, buscou-se informações acerca de um produto de software, visando a identificação de necessidades de inovação e, caso elas existam, quais atributos devem ser considerados para a inovação. Trata-se de uma pesquisa tecnológica, exploratória, de abordagem quantitativa, apoiada em procedimentos matemáticos de mineração de dados e fundamentada em referencial bibliográfico e documental. Inicialmente realizou-se um estudo detalhado sobre mineração de dados na web (web mining), técnicas de mineração de textos, mineração de opinião e análise de sentimento. Na sequência, houve a coleta de textos do serviço de microblogging Twitter, considerando como escopo ou unidade caso o novo sistema operacional Windows 7 da Microsoft. Uma coleta de várias mensagens foi então realizada e estas foram submetidas a análises computacionais realizadas através do método de aprendizagem de máquina SVM (Support Vector Machine). Foram, assim, identificadas opiniões e sentimentos dos usuários do Twitter a respeito do produto Windows 7. Estas foram classificadas pelo processo de análise computacional como neutras ou opinativas, o que indicou a potencialidade do método e do uso do Twitter como adequado a medição de opiniões e sentimentos para que a organização possa atuar no produto (melhorá-lo, acrescentar novas funções, alterar interface, entre outras). Porém, como as mensagens postadas são pequenas devido à própria natureza do serviço Twitter, análises mais complexas como as necessárias para identificar pontos específicos falhos no produto ou apenas pontos que necessitam de melhoria devem ser realizadas, talvez, utilizando-se listas de discussão ou outra mídia social. Uma coleta visando exatamente esse tipo de informação foi realizada em um fórum sobre Windows Vista. Efetuou-se uma filtragem dos dados coletados, pois os mesmos eram páginas html contendo trechos de código e tags, além de conteúdos não relacionados ao tema de interesse. Esse trabalho ainda encontra-se em andamento, sendo que há possibilidades de resultados mais expressivos e amplos no apoio à inovação nos mais diversos tipos de organizações e produtos.

Instituição de Fomento: PIBIC/CNPQ

Palavras-chave: Web mining, Inovação, Aprendizado de máquina.

