



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE DO PARANÁ
CAMPUS LUIZ MENEGHEL

MATHEUS VALERA

**ANÁLISE DE SENTIMENTOS EM COMENTÁRIOS
DE NOTÍCIAS POR MEIO DE ANÁLISE DE CONTEÚDO**

Bandeirantes

2013

MATHEUS VALERA RIBEIRO

**ANÁLISE DE SENTIMENTOS EM COMENTÁRIOS
DE NOTICÍAS POR MEIO DE ANÁLISE DE CONTEÚDO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Estadual do
Norte do Paraná – *campus* Luiz Meneghel –
como requisito parcial para obtenção do grau
de Bacharel em Sistemas de Informação.

Orientador: André Luis Andrade Menolli

Bandeirantes

2013

MATHEUS VALERA RIBEIRO

**ANÁLISE DE SENTIMENTOS EM COMENTÁRIOS
DE NOTICÍAS POR MEIO DE ANÁLISE DE CONTEÚDO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Estadual do
Norte do Paraná – *campus* Luiz Meneghel –
como requisito parcial para obtenção do grau
de Bacharel em Sistemas de Informação.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof.Me. André Luis Andrade Menolli
UENP –*Campus* Luiz Meneghel

Prof. Glauco Carlos Silva
UENP – *Campus* Luiz Meneghel

Prof. Ricardo Gonçalves Coelho
UENP – *Campus* Luiz Meneghel

Bandeirantes, 06 de Junho de 2013

AGRADECIMENTOS

Queria, antes de tudo agradecer a Deus por ter me dado as oportunidades e junto com elas, garra para seguir em frente.

Agradeço também a minha família, que mesmo de longe nunca deixaram de me apoiar e me incentivar. Meu pai Edson Aparecido por tudo que já fez por mim e minha mãe, Joseli Valera que é um exemplo a ser seguido como pessoa, vocês são meus heróis, minha base. Enfim, agradeço a todos meus familiares que sempre estiveram ao meu lado.

Á meu orientador, André Luis Menolli por ter compartilhado seu conhecimento comigo, por ter sido extremamente prestativo e dedicado durante a jornada de estudos.

Á minha namorada, Bárbara Brum, por ser minha companheira durante toda minha jornada, me ajudando nos trabalhos e me incentivando sempre. Sem ela, não teria forças para chegar ao quarto ano de faculdade. Sou eternamente grato por sua atenção, carinho e companheirismo.

Aos meus amigos de república Califórnia, Antonio Castanheira, Jefferson Marim e Allan Bonifácio por terem me proporcionado uma sincera amizade. Aos meus amigos da república Área 51 Rodrigo Bacelli, Bruno Soares, Diego Contiero e Ciro que me acolheram em Bandeirantes. Também aos meus amigos de estágio e de classe, Leonardo Chies Gilli, Renan Leon, Lucas Dynczuki, Lucas Viveiros, Lucas Belchior, Roberto Komessu, Eliton, Lucas Mendez, Ricardo Medeiros, Adalberto Passafaro e Larissa Albano.

Aos professores Wellington Della Mura e Fernando, por terem sido meus companheiros de estágio, me auxiliando e me instruindo sempre com muita atenção e paciência.

Agradeço também a todos que de alguma forma, contribuíram para esse trabalho acontecer.

RESUMO

Esse trabalho apresenta uma pesquisa exploratória, analisando os dados extraídos de notícias postadas na página corporativa da Folha de São Paulo, na rede social Facebook. De cada post, foram obtidos cem comentários e informações sobre as pessoas que se relacionaram com as notícias utilizando a opção "curtir". A partir dessas informações, foram aplicadas técnicas de análise de conteúdo e análise de sentimentos para encontrar alguns resultados importantes para a pesquisa. Também, foi analisado o sexo dos leitores que curtiam determinadas categorias e notícias da página, juntamente com sua opinião (comentários) e a linguagem utilizada no Facebook. Como resultados foram obtidos diversos aspectos diferentes, com sentimentos positivos e negativos sobre determinados assuntos. Concluiu-se que esses resultados podem ser viáveis para que as empresas conheçam melhor seus clientes e sua opinião sobre assuntos pré-definidos.

Palavras-chave: Folha de São Paulo, Facebook, Post, Análise de Conteúdo, Análise de Sentimentos.

ABSTRACT

This paper presents an exploratory search analyzing the data extracted from news posted on the corporative page of Folha de São Paulo, in the social network Facebook. Each post, were obtained a hundred comments and information about people who were related to the news by using the " likebutton ". Based on this information, were applied techniques of content analysis and sentiment analysis to find some important results for the search. In all, was analyzed the sex of readers who liked certain categories and news page, along with your opinion (comments). Results were obtained different aspects, with positive and negative feelings about certain subjects. It was concluded that these results may be viable for companies to know their customers better and your opinion About predefined subjects.

Keywords: Folha de São Paulo, Facebook, Post, Content Analysis, Sentiment Analysis.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Relações de Usuário e Páginas Corporativas.....	25
Figura 2: Fases e etapas da pesquisa.	27
Figura 3. Posts publicados pela página Folha de São Paulo no Facebook.....	29
Figura 4. Posts publicados pela página Folha de São Paulo no Facebook.....	33
Figura 5. Sentimentos: Positivo, Neutro e Negativo	34
Figura 6. Análise dos comentários, aspectos e sentimentos. Autoria própria.	37
Figura 7. Ferramenta de análise de conteúdo NVivo	38
Figura 8. Estatística do aspecto geral da notícia 1 de tecnologia.....	41
Figura 9. Estatística do aspecto geral com sentimentos positivos e negativos da notícia 1 da categoria tecnologia.	42
Figura 10. Estatística do sexo dos leitores que curtiram a notícia 1 da categoria tecnologia.....	43
Figura 11. Estatística do aspecto geral da notícia 2 da categoria tecnologia.....	44
Figura 12. Estatística do aspecto geral considerando sentimentos negativos e positivos da notícia 2 da categoria tecnologia.....	45
Figura 13. Estatística do sexo das pessoas que utilizaram a opção curtir da notícia 2 da categoria tecnologia.	45
Figura 14. Estatística do aspecto geral da notícia 3 da categoria tecnologia.	47
Figura 15. Estatística do aspecto geral considerando apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 3 da categoria tecnologia.....	47
Figura 16. Estatística do sexo dos usuários que curtiram a notícia da notícia 3 da categoria tecnologia..	48
Figura 17. Estatística do aspecto geral da notícia 4 da categoria tecnologia.....	50
Figura 18. Estatística do aspecto geral, considerando apenas os sentimentos positivos e negativos da notícia 4 da categoria tecnologia.....	50
Figura 19. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia.....	51
Figura 20. Estatística do aspecto geral da notícia 1 da categoria cotidiano.....	54
Figura 21. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 1 da categoria cotidiano.....	55

Figura 22. Estatística do sexo das pessoas que utilizaram a opção curtir.	56
Figura 23 . Estatística do aspecto geral da notícia 2 da categoria cotidiano.	57
Figura 24. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas os sentimentos negativos e positivos, da notícia 2 da categoria cotidiano.	57
Figura 25. Estatística do sexo das pessoas que utilizaram a relação curtir da notícia 2 da categoria cotidiano.	58
Figura 26. Estatística do aspecto geral e seus sentimentos da notícia 3 da categoria cotidiano.	59
Figura 27. Estatística do aspecto geral considerando apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 3 da categoria cotidiano.	60
Figura 28. Estatística do sexo das pessoas que utilizaram a relação curtir da notícia 3 da categoria cotidiano.	61
Figura 29. Estatística do aspecto geral e seus sentimentos da notícia 4 da categoria cotidiano.	62
Figura 30. Estatística do aspecto geral com sentimentos negativos e positivos da notícia 4 da categoria cotidiano.	63
Figura 31. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia 4 da categoria cotidiano.	64
Figura 32. Estatística do aspecto geral da notícia 1 da categoria esportes..	66
Figura 33. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos positivos e negativos da notícia 1 da categoria esportes..	67
Figura 34. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia 1 da categoria esportes.....	68
Figura 35. Estatística do aspecto geral da notícia 2 da categoria esportes.	69
Figura 36. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 2 da categoria esportes.	69
Figura 37. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia 2 da categoria esportes.....	70
Figura 38. Estatística do aspecto geral da notícia 3 da categoria esportes.	72
Figura 39. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 3 da categoria esportes.	72

Figura 40. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia 3 da categoria esportes.....	73
Figura 41. Estatística do aspecto geral da notícia 3 da categoria esportes.	74
Figura 42. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 3 da categoria esportes.	75
Figura 43. Estatística do sexo das pessoas que utilizaram a relação curtir com a notícia 3 da categoria esportes.	76
Figura 44. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 1 da categoria poder.....	79
Figura 45. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 1 da categoria poder.....	79
Figura 46. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia.....	80
Figura 47. Estatística do aspecto geral da notícia 2 da categoria poder.	81
Figura 48. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 2 da categoria poder.....	82
Figura 49. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia.....	83
Figura 50. Estatística do aspecto geral da notícia 3 da categoria poder.	84
Figura 51. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 3 da categoria poder.....	85
Figura 52. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia 3 da categoria poder.	86
Figura 53. Estatística do aspecto geral da notícia 4 da categoria poder.	87
Figura 54. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 4 da categoria poder.....	87
Figura 55. Estatística do sexo das pessoas que utilizaram a opção curtir na notícia 4 da categoria poder.	88

Lista de Quadros e Tabelas

Quadro 1. Posts analisados e suas categorias.	35
Tabela 1. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 1 de tecnologia.	40
Tabela 2. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 2 da categoria tecnologia. .	43
Tabela 3. Estatística do sexo dos usuários que curtiram a notícia 3 da categoria tecnologia.	46
Tabela 4. Estatística do sexo dos usuários que curtiram a notícia 4 da categoria tecnologia.	49
Tabela 5. Sentimento das publicações da categoria.	51
Tabela 6. Sexo das pessoas que comentaram as publicações da categoria.	52
Tabela 7. Sexo das pessoas que curtiram as publicações da categoria.	52
Tabela 8. Sexo das pessoas que curtiram a notícia 1 da categoria cotidiano.	53
Tabela 9. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 2 da categoria cotidiano. ...	56
Tabela 10. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 3 da categoria cotidiano. .	58
Tabela 11. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 4 da categoria cotidiano. .	62
Tabela 12. Análise geral da categoria Cotidiano.	64
Tabela 13. Análise de homens e mulheres nos comentários.	64
Tabela 14. Sexo das pessoas que curtiram as notícias da categoria e o total.	65
Tabela 15. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 1 da categoria esportes. ...	66
Tabela 16. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 2 da categoria esportes. ...	68
Tabela 17. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 3 da categoria esportes. ...	71
Tabela 18. Comentários, aspectos, sentimentos da notícia 4 da categoria esportes.	73
Tabela 19. Análise geral de comentários por sexo.	76
Tabela 20. Análise geral dos comentários e o sexo de quem comentou.	76
Tabela 21. Análise geral do sexo das pessoas que curtiram as publicações da categoria.	77
Tabela 22. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia da notícia 1 da categoria poder.	77
Tabela 23. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 2 da categoria poder.	81

Tabela 24. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 3 da categoria poder.	83
Tabela 25. Notícia, aspectos e sentimentos da notícia 4 da categoria poder.	86
Tabela 26. Análise dos sentimentos gerais da análise.....	88
Tabela 27. Comentários, sentimentos e o sexo geral da categoria.....	89
Tabela 28. Sexo das pessoas que curtiram as publicações da categoria.	90
Tabela 29. Sentimentos gerais da pesquisa.....	91
Tabela 30. Sentimentos e sexo da análise geral.....	92
Tabela 31. Sexo das pessoas que curtiram todas as publicações em geral.	92

Sumário

1	Introdução.....	16
1.1	Objetivos.....	17
1.1.1	Objetivo Geral.....	17
1.1.2	Objetivo Específico	17
1.2	Justificativa	18
1.3	Organização do Trabalho	18
2	Revisão.....	19
2.1	Redes Sociais.....	20
2.1.1	Tipos de Redes Sociais	21
2.1.2	Elementos das Redes Sociais	22
2.2	Facebook.....	23
2.2.1	Relações do Facebook	24
3	Estruturação da Pesquisa.....	26
3.1	Categorização da Pesquisa	26
3.2	Estruturação da Pesquisa.....	26
3.2.1	Planejamento Inicial.....	27
3.2.2	Fase Exploratória.....	28
3.2.3	Desenvolvimento	32
3.2.4	Conclusão.....	32
4	Desenvolvimento	32
4.1	Seleção e categorização dos posts	32
4.2	Análise da base de dados.....	36
5	Resultados Obtidos	39
5.1	Tecnologia	39
5.1.1	Notícia 1: Playstation 4 custará R\$ 3.999 no Brasil	39
5.1.2	Notícia 2: Óculos da Google poderão permitir 'curtir'	43
5.1.3	Brasileiros são chamados de arruaceiros	46
5.1.4	Notícia 4: Apple vai reduzir a produção do iPhone 5C.	48

5.1.5	Análise geral da categoria	51
5.2	Categoria Cotidiano	53
5.2.1	Notícia 1: Protestos terminam em confronto	53
5.2.2	O horário de verão começa a vigorar neste domingo	56
5.2.3	Notícia 3: Policiais utilizaram armas letais	58
5.2.4	Comissão de Direitos Humanos aprova projeto que permite templo vetar gays..	61
5.2.5	Análise geral sobre a Categoria Cotidiano.....	64
5.3	Esportes.....	65
5.3.1	Notícia 1: Bósnios comemoram classificação para a Copa do Mundo	66
5.3.2	Notícia 2: Corinthians lança plano funerário	68
5.3.3	Notícia 3: São Paulo mostra vídeo e acusa torcida do Corinthians	70
5.3.4	Notícia 4: Corinthians decide manter Tite como técnico	73
5.3.5	Análise geral da categoria	76
5.4	Poder 77	
5.4.1	Notícia 1: Dilma multiplica viagens e entrega casas sem água e luz.....	77
5.4.2	Notícia 2: Lula pede apoio aos petistas	80
5.4.3	Notícia 3: Você é de Direita ou Esquerda?	83
5.4.4	Notícia 4: Crise de expectativa	86
5.4.5	Análise geral da categoria	88
6	Discussão	91
7	Conclusão.....	95
8	Referências.....	97

1 Introdução

A necessidade de se comunicar e compartilhar interesses não vem de hoje, mesmo antes do surgimento da Internet, pessoas já compartilhavam conteúdos entre elas, no clube, na igreja ou na sala de aula. Com o surgimento da Internet, a troca de informação ficou mais fácil, começando com o e-mail, que era disponibilizar conteúdos na rede, tais que poderiam ser repassados para outros amigos. Com um aumento significativo de internautas, surgiu a necessidade de uma estrutura maior, mais abrangente e com mais funcionalidades, dando origem às redes sociais (OLIVEIRA, 2011).

As redes sociais são estruturas compostas por pessoas ligadas por um ou mais tipos específicos de interdependência, como a amizade, interesse comum, trocas financeiras, relações sexuais, relações de crenças, conhecimento ou parentesco (DURKHEIM, 2011). Segundo S.Wasserman e Faust (1994), ela é formalmente definida como um conjunto de atores sociais, ou nós, membros que estão conectadas por um ou mais tipos de relações. Em sua forma mais simples, a rede social é vista como um mapa de relações com possibilidades de abstrair dados potencializados em busca de padrões (Social, 2010).

Existem vários tipos de redes sociais, cada uma possui uma funcionalidade específica, por exemplo, o Twitter (TWITTER, 2013) é uma ferramenta social voltada para pequenas atualizações. Apesar de existir muitas, na maioria delas é possível ter um perfil, comentar em postagens de outras pessoas e expor uma opinião. Atualmente a rede social com maiores estatísticas de acesso é o Facebook(FACEBOOK, 2013).

O Facebook é a rede social com mais fluxo de informações, segundo a empresa (FACEBOOK, 2013), são 665 milhões de usuários por dia, trocando informações e disponibilizando dados. Se a rede social fosse um país, seria o terceiro mais populoso do mundo. Segundo a empresa SocialBrakers (SOCIAL BAKERS, 2013), o Brasil é o segundo país que mais acessa a rede social, no total, um terço dos brasileiros utilizam a ferramenta. Com esse grande fluxo de informações, as páginas corporativas podem conhecer melhor seus leitores e suas opiniões sobre determinados

assuntos, utilizando-se análise de sentimentos. Segundo BING (2012) A análise de sentimentos é o campo de estudo que analisa as opiniões, sentimentos, avaliações, atitudes e emoções das pessoas a favor das entidades, tais como produtos, serviços, organizações, pessoas, problemas, eventos, tópicos e seus atributos. As opiniões são fundamentais para quase todas as atividades humanas e são os principais influenciadores dos nossos comportamentos, nossas crenças e percepções da realidade. Por este motivo, quando alguém precisa tomar uma decisão, muitas vezes, ela baseia-se na opinião dos outros. Isto não é válido somente para os indivíduos, é válido também para as organizações que muitas vezes para tomar alguma decisão, se fundamenta na opinião de seus clientes.

Por esse motivo, esse trabalho apresenta uma proposta de análise de sentimentos nos comentários das notícias publicadas pela Folha de São Paulo, utilizando análise de conteúdo

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral do trabalho é aplicar técnicas de análise de sentimento nos comentários feitos pelos leitores nas notícias publicadas pela página corporativa da Folha de São Paulo na rede social Facebook e analisar o perfil dos usuários que utilizaram a relação curtir nas mesmas.

1.1.2 Objetivo Específico

Analisar os métodos e API existentes para a extração dos dados.

Analisar as relações entre usuário e página corporativa.

Montar uma base de dados.

Aplicar análise de sentimento nos comentários extraídos de cada notícia.

Aplicar análise de conteúdo.

1.2 Justificativa

Os meios de comunicação social na Web cresceram muito e, pela primeira vez na história humana, temos um enorme volume de dados opinativos registrados em formulários digitais (BING, 2012). No Facebook, as relações entre o usuário e as empresas ficam claras, através das páginas corporativas. A partir dos conteúdos trocados entre eles, que muitas vezes revelam o perfil do usuário, as empresas podem descobrir formas de conhecer melhor seus clientes, conseguindo saber a opinião deles sobre determinados assuntos postados em sua página para se modelar e traçar metas e campanhas de marketing. Segundo Liu (2012), adquirir a opinião pública e do consumidor tem sido um enorme negócio próprio para marketing, relações públicas e empresas de campanha política. Sendo assim, uma análise realizada traz diversos dados qualitativos e quantitativos para ajudar na tomada de decisão.

1.3 Organização do Trabalho

O trabalho está dividido em quatro seções: Introdução, Revisão, Estruturação da Pesquisa, Desenvolvimento, Resultados Obtidos, Discussão e Conclusão. Na Seção 2 é mostrada uma revisão sobre os conceitos iniciais da pesquisa. Na Seção 3 é mostrada a estruturação da pesquisa em si, desde as questões iniciais até a conclusão do trabalho, como foi realizada. Na Seção 4 é mostrado o desenvolvimento da pesquisa e seus elementos que possibilitaram chegar aos resultados finais. Na Seção 5, foram apresentados os resultados obtidos com o desenvolvimento da pesquisa, com gráficos e tabelas. Na Seção 6 foi realizada uma discussão sobre os resultados da pesquisa. Na Seção 7 foram apresentadas as conclusões da pesquisa e na seção 8, seus trabalhos futuros.

2 Revisão

2.1 Análise de Sentimentos

Segundo Bing (2012), análise de sentimentos é o campo de estudo que analisa as opiniões das pessoas, sentimentos, avaliações, avaliações, atitudes e emoções a favor das entidades, tais como produtos, serviços, organizações, pessoas, problemas, eventos, tópicos e seus atributos. Aplicações de análise de sentimento se espalharam para quase todos os domínios possíveis, a partir de produtos de seus produtos de consumos, serviços de saúde e serviços financeiros para eventos sociais e eleições políticas. Ela divide-se principalmente em três níveis (LIU, 2012):

- *DocumentLevel*: Essa tarefa é o primeiro nível que consiste em classificar se um documento de opinião expressa um sentimento positivo ou negativo (Pang , Lee e Vaithyanathan , 2002; Turney , 2002). Nesse nível, basicamente é classificado o comentário do leitor de forma positiva ou negativa. Por exemplo, a frase "Esse notebook é muito ruim", expressa uma opinião geral negativa sobre o produto em discussão.
- *SentenceLevel*: A tarefa neste nível determina se cada frase expressa um parecer positivo, negativo ou neutro. Neutro normalmente significa qualquer opinião. Este nível de análise está intimamente relacionado com a classificação subjetividade (Wiebe, Bruce e O'Hara, 1999).
- *Aspectlevel*: Tanto o *DocumentLevel* quanto o *SentenceLevel* não descobrem o que exatamente as pessoas gostaram e não gostaram. Sendo assim, esse nível realiza análise mais refinada. Em vez de considerar as construções de linguagem (documentos, parágrafos, frases, orações ou frases), o *AspectLevel* considera a própria opinião. Baseia-se na ideia de que uma opinião consiste de um sentimento (positivo ou negativo) e um alvo (de opinião). Por exemplo, a frase "Embora o serviço não seja tão bom, eu ainda amo esse restaurante" tem claramente um tom positivo, no entanto não se pode dizer que esta frase é totalmente positiva. De fato, a sentença é positiva sobre o restaurante (ênfático), mais

negativo em relação ao serviço (não enfatizado). Em muitas aplicações, as metas de opinião são descritas por entidades e / ou seus diferentes aspectos, sendo assim, o objetivo desse nível é descobrir sentimentos de entidades e / ou seus aspectos. Por exemplo, na frase "Qualidade das chamadas do iPhone são boas, mas a vida útil da bateria é curta" é perceptível dois aspectos diferentes, um sobre a qualidade da chamada do iPhone(entidade) e outro sobre a vida útil de sua bateria. O sentimento sobre a qualidade das chamadas do iPhone é positivo, mas o sentimento de sua vida útil da bateria é negativo, sendo a qualidade da chamada e a vida útil de sua bateria alvos de opinião. Com base neste nível de análise, um resumo estruturado de opiniões sobre entidades e os seus aspectos pode ser produzido, o que torna o texto não estruturado para dados estruturados e podem ser usadas para todos os tipos de análises quantitativas e qualitativas.

2.2 Redes Sociais

As redes sociais estão sendo muito utilizadas na Web. Segundo Oliveira (2011), falar de redes sociais não necessariamente significa falar de internet, o conceito das redes sociais é algo bem mais antigo que nossa famosa Web. Rede social representa pessoas, interação social, troca social, onde há comunicação e trocam informação.

A comunicação e a troca de necessidades e interesses sempre existiram, para acontecer, bastava duas pessoas conversarem. Segundo Durkheim (2011), o fenômeno social surge quando os indivíduos interagem e constituem uma realidade que não pode mais ser explicada em termos das propriedades dos atores.

Segundo Daquino (2012) um dos primeiros relatos sobre serviços que possuem características de sociabilizar dados na internet foi em 1969, com o desenvolvimento da tecnologia dial-up e o lançamento do CampuServe, um serviço de conexão comercial internacional muito propagado nos Estados Unidos. Outro passo importante foi o primeiro envio de e-mail, em 1971. Com ele era possível mandar mensagens para endereços diferentes e repassá-los. Com o passar do tempo, a tecnologia avançou,

junto com um aumento de usuários, com isso, a necessidade de uma estrutura maior, possibilitando mais tipos de relações entre os usuários (OLIVEIRA, 2011).

2.2.1 Tipos de Redes Sociais

Com a tecnologia e a informação mais acessível, as redes sociais se popularizaram entre as pessoas e cada vez mais, novas redes são criadas para oferecer novos tipos de interações e funcionalidades aos usuários. Dentre as principais redes sociais *online* existentes se destacam:

- Twitter (TWITTER, 2013): Uma rede social voltada para o compartilhamento de pequenas atualizações, mensagens instantâneas e promoções para seus clientes, como uma forma de marketing. As mensagens possuem caracteres limitados, com a idéia de atualizações compactas.
- Youtube (YOUTUBE, 2013): Uma ferramenta social que permite que seus usuários compartilhem mídias, principalmente, vídeos. Além disso, eles contam com um perfil na rede, no qual, permite a criação de comentários, e as opções “gostei” e “não gostei”.
- Orkut (FRAGA, 2013): Com o objetivo de ajudar as pessoas a conhecer novas pessoas e manter relacionamentos, o Orkut fez muito sucesso depois de seu lançamento em fevereiro de 2004. Nele era possível reunir pessoas de algum interesse comum através das comunidades, deixar depoimentos para os amigos e criar grandes redes de amizade.
- Tumblr (TUMBLR, 2013): Permite que seus usuários publiquem várias mídias, como vídeos, fotos e áudios. Para quem utiliza a opção de seguir outros perfis, no seu painel, ficarão expostos às publicações de quem foi seguido.
- Foursquare (FOURSQUARE, 2013): Utiliza o *check-in*, permitindo que os usuários compartilhem lugares visitados com seus amigos. A rede social também tem o objetivo de mostrar ótimos lugares, perto de onde você está.

- Instagram (INSTAGRAM, 2013): Aplicativo social que permite a edição e compartilhamento de fotos para os seus seguidores. A partir da rede, é possível tirar fotos, usar uma variedade de filtros diferentes e compartilhar para seus seguidores, que podem ser amigos ou não. Além de compartilhar a foto na própria rede social do Instagram, o usuário pode escolher também entre o Twitter, Facebook, Foursquare ou Tumblr.

2.2.2 Elementos das Redes Sociais

Toda rede social *online* tem seus elementos, alguns comuns em quase todas. O objetivo dessa sessão é levantar algumas aplicações oferecidas ao usuário, que muitas vezes envolve opiniões e relações.

- Perfil: O perfil o usuário é muito comum nas redes sociais. Pode conter vários dados importantes sobre o usuário como: nome, relacionamento, sexo, idade, amigos, opinião política e religiosa, entre outras. Além disso, o perfil pode revelar interesses do usuário, como por exemplo, banda favorita, programas de televisão, livros favoritos e entre outros. Quando o usuário se relaciona com outras pessoas, trocando mensagens, fotos ou vídeos, esses conteúdos ficam disponíveis em seu perfil. Segundo Boyd (BOYD; ELLISON, 2007), existe uma forte identidade entre o perfil da rede social com o indivíduo real.
- Opinião e Avaliação: Na maioria das mídias sociais, os conteúdos disponibilizados pelos outros usuários podem ser avaliados, ou seja, os usuários podem expor uma opinião em cima de qualquer postagem na rede. No Facebook, por exemplo, o botão “Curtir” expõe se o usuário gostou do conteúdo gerado, seja por uma página externa, seja por seus amigos. Também é possível usar o “Compartilhar”. Ao usá-lo, o usuário compartilha o conteúdo para seu perfil, ele é usado geralmente quando o usuário quer mostrar a publicação para seus amigos. No Youtube, assim como a opção “Gostei”, usada para expressar positivamente os vídeos, também é disponibilizado o “Não Gostei”, que representa uma forma de

crítica ao vídeo, assim, é possível saber se o conteúdo é relevante, mesmo antes de visualizado. Esses métodos de avaliação podem ser úteis para os administradores das ferramentas sociais a separar as publicações sem qualidade das relevantes e até ajudar a identificar os conteúdos proibidos na rede.

- Comentários: Os comentários também são como uma forma de avaliação, através deles, é possível comentar nos conteúdos disponibilizados pelas outras pessoas, identificando às vezes, opiniões das pessoas sobre determinados assuntos. No Youtube, os usuários comentam sobre o vídeo, muitas vezes, são opiniões sobre o conteúdo exposto, já no Facebook e Orkut, é possível utilizar os comentários como uma forma de crítica em publicações e até usar como legenda para fotos e vídeos.
- Lista de Favoritos: Algumas redes sociais permitem que seus usuários organizem seus conteúdos favoritos, por exemplo, no Youtube, é usado por muitas pessoas como uma ferramenta de música, sendo assim, o site social disponibiliza a opção de reunir os seus vídeos favoritos, para ficar mais fácil de visualizá-los. Em redes sociais como Twitter também é possível contar com os favoritos, só que em forma de fãs, você pode adquirir os conteúdos dos seus perfis favoritos.

2.3 Facebook

O Facebook foi criado em fevereiro de 2004 nos Estados Unidos, pelos jovens estudantes de Havard . MarkZuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes. O que no começo se chamava “The Facebook” era apenas um projeto para uma comunicação somente entre estudantes da universidade, no entanto, em apenas 2 horas, já alcançava 22 mil acessos.

Um mês depois de sua criação, o então chamado “thefacebook.com” começou a se expandir, o que antes era limitado para o corpo estudantil de *Havard*, passou a ser utilizado pelos alunos de *Stanford*, *Columbia* e *Yale*. No ano seguinte, os estudantes de

800 redes espalhadas nos Estados Unidos já podiam se unir á rede social, que passou a ter 5 milhões de usuários ativos, e em agosto do mesmo ano, mudou seu nome para Facebook.

Segundo a empresa (FACEBOOK, 2013), na publicação dos resultados de seu primeiro trimestre de 2013, o Facebook alcançou a marca de 665 milhões de usuários ativos diários, com um aumento de 26% ano-sobre-ano. O número de usuários mensais ativos em 31 de março de 2013 foram de 1,11 bilhões, um aumento de 23% ano-sobre-ano. A empresa também publicou um aumento expressivo de acessos em plataformas móveis, segundo ela, os usuários ativos mensais de dispositivos móveis aumentaram em 54% ano-sobre-ano, alcançando 751 milhões em 31 de março de 2013.

A popularidade do Facebook se deve á um conjunto abrangente de funcionalidades permitindo que os usuários se relacionem de maneira fácil, dinâmica e intuitiva. Foi à rede social escolhida para esse trabalho, por ser a mais acessada do mundo, e com isso, a que mais contém informação disponível (FACEBOOK, 2013).

2.3.1 Relações do Facebook

Nessa sessão, será abordada a relação entre usuário e página corporativa na ferramenta social Facebook. Será feito uma análise dos relacionamentos através dos métodos de avaliação “curtir”, “compartilhar” e “comentar”.

Quando o usuário utiliza o elemento “curtir”, ele pode demonstrar uma opinião sobre o conteúdo compartilhado pelas páginas de empresas corporativas, expondo sua opinião sobre alguns assuntos, tais que podem ajudar a descrever seu perfil como pessoa. Por exemplo, se ele curtiu alguma publicação relacionada a esporte, ele tende a gastar mais com produtos esportivos, já se o usuário curte postagens relacionadas com política, é possível traçar o perfil do usuário como uma pessoa mais culta, que busca seus direitos.

Já a ação de compartilhar, mostra que o usuário além de gostar do conteúdo, quer divulgar para seus demais amigos. Quando ele compartilha alguma publicação, a mesma vai ser exposta em seu perfil, para seus amigos e seguidores também visualizarem.

O comentário pode expor vários tipos de opiniões, ao comentar em uma publicação corporativa, o usuário pode descrever uma opinião mais composta sobre determinado assunto, dando uma exposição ainda maior.

O usuário pode se relacionar de diferentes formas, porém, o objetivo do trabalho é analisar somente as relações entre usuário e páginas corporativas e a partir disso, realizar uma extração de dados. A Figura 1 mostra os relacionamentos entre o usuário e o conteúdo publicado pelas páginas corporativas.

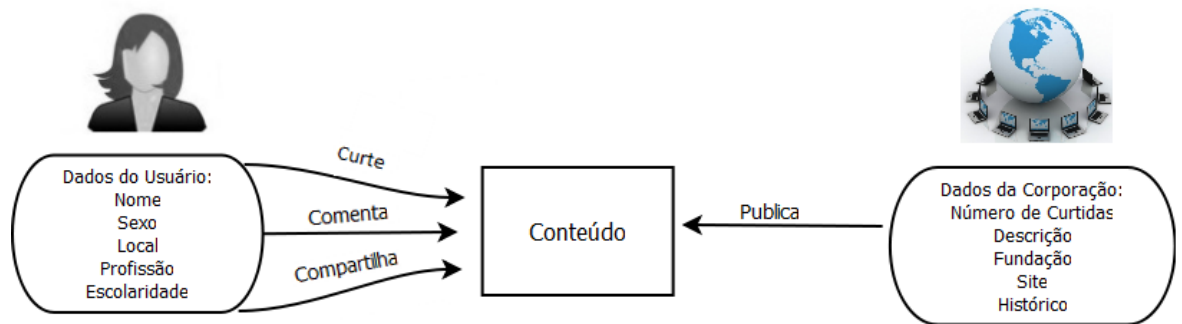


Figura 1: Relações de Usuário e Páginas Corporativas

3 Estruturação da Pesquisa

3.1 Categorização da Pesquisa

Para atingir o objetivo geral do trabalho foi feita uma pesquisa exploratória. Segundo Gil (2002), a pesquisa exploratória proporciona uma maior familiaridade com o problema com o objetivo de torná-lo mais explícito para construção de hipótese. Os métodos da pesquisa serão quantitativos e qualitativos. Segundo Diehl (2004) a pesquisa quantitativa é usada na coleta de dados e no tratamento das informações, utilizando-se técnicas estatísticas, objetivando os resultados. Já o método qualitativo se difere, em princípio, do quantitativo, à medida que não emprega um instrumental estatístico como base na análise de um problema, não pretendendo medir ou numerar categorias (RICHARDSON, 1989). O método qualitativo foi utilizado na pesquisa de análise dos comentários, interpretando e organizando os sentimentos obtidos das pessoas que comentaram nas notícias. Já o método quantitativo, foi aplicado tanto nos dados obtidos sobre as pessoas que utilizaram a opção curtir, formando-se alguns dados estatísticos.

3.2 Estruturação da Pesquisa

A pesquisa foi dividida em quatro etapas (Planejamento Inicial, Fase Exploratória, Desenvolvimento, Conclusão), conforme pode ser visto na Figura 5. Cada fase possui uma ou mais etapas. As etapas da pesquisa se relacionam entre si e os relacionamentos são ilustrados por setas.

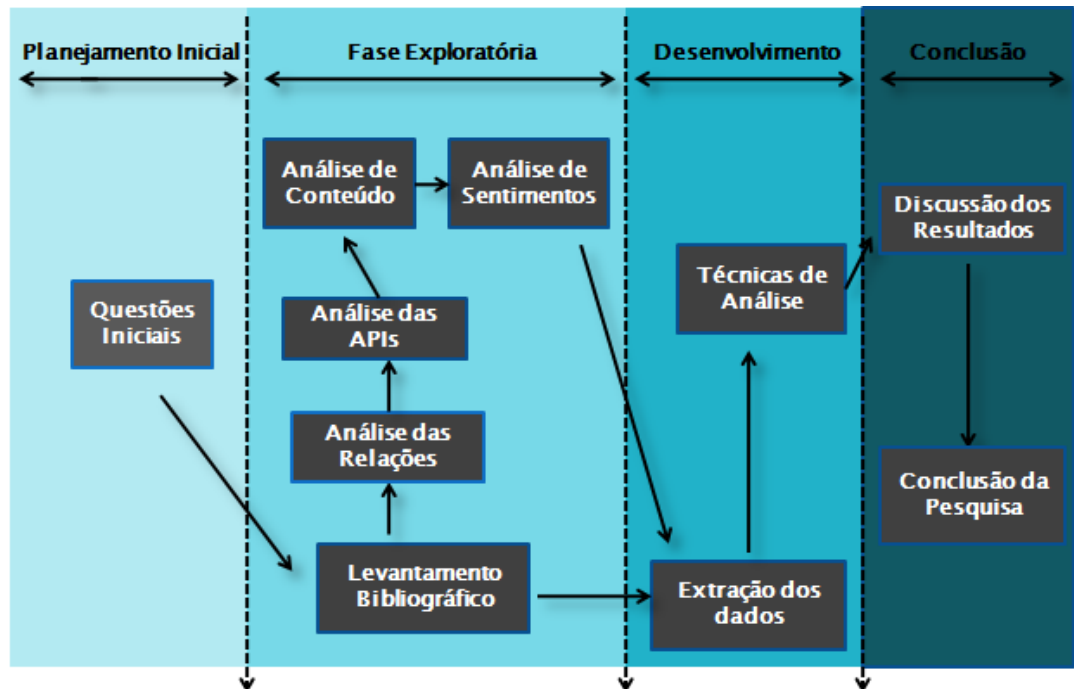


Figura 2: Fases e etapas da pesquisa.

3.2.1 Planejamento Inicial

Depois de escolhido o campo de pesquisa para o trabalho, algumas questões iniciais foram levantadas para iniciar a pesquisa, tais como: “Qual a rede social com mais fluxo de dados?”, “Qual a mais acessada?”, “Quais as relações na rede social Facebook?”, “Como funciona a API do Facebook?”, “Qual a restrição para a extração de dados?”, “Quais os métodos existentes para conseguir a extração”, “Como os dados podem ser importantes?”, “Como organizar os dados?”, “Quais os melhores tipos de análise?”, “Quais as ferramentas existentes para auxiliar na pesquisa?”.

No entanto, as questões iniciais são apenas para principiar a pesquisa e direcioná-la para o ambiente desejado. Ao fim do planejamento inicial, foi delimitado o campo de estudo e o objeto a ser estudado, porém, para criar os objetivos e concretizar a pesquisa, é preciso explorar o campo de estudo, seguindo para a próxima fase do trabalho, a exploratória.

3.2.2 Fase Exploratória

A fase exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema (explicitá-lo), podendo envolver levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes no problema pesquisado (GIL, 2002). Por isso, é preciso explorar o objeto de estudo para guiar o trabalho. Cinco etapas foram exploradas nessa fase, sendo elas:

3.2.2.1 Levantamento Bibliográfico

Para realização da pesquisa, torna-se necessário um levantamento bibliográfico, uma vez que é o meio pelo qual o pesquisador pode identificar o conhecimento específico em determinada área para reforçar sua pesquisa. O levantamento bibliográfico consiste numa relação das bibliografias existentes nos acervos das bibliotecas do sistema, sejam livros, artigos de periódicos, teses, folhetos e outros materiais bibliográficos sobre determinado assunto e segundo as especificações definidas pelo próprio solicitante. Trata-se de uma prévia seleção de bibliografias ou documentos que poderão ser utilizados como referência na construção de uma monografia ou qualquer trabalho acadêmico (LEVANTAMENTO..., 2013)

Sendo assim, o levantamento foi realizado para responder as questões: Quais relações serão analisadas; Quais APIs disponíveis para extração de dados; Quais as técnicas de análise em comentários e opiniões?

3.2.2.1.1 Análise das Relações

Uma das formas de entender o trabalho é saber como os usuários se relacionam com as páginas corporativas. A relação acontece quando a empresa publica algum conteúdo de seu site oficial na rede social para interagir e se relacionar com seus leitores. Por exemplo, quando a Folha de São Paulo compartilha um conteúdo do jornal no Facebook, ela faz uma publicação, chamada de post. O post é o encarregado dessa relação, ele aparece no *feed de notícias* do usuário, que por exemplo, curte a página da empresa. Na página da Folha de São Paulo, é utilizada uma mensagem para

introduzir o tema da reportagem, juntamente com uma imagem, como mostrado na Figura 3. Além disso, também é inserido um *link* que leva os usuários diretamente para seu site, que contém mais detalhe sobre a notícia.



Figura 3. Posts publicados pela página Folha de São Paulo no Facebook.

Em geral, o usuário pode se relacionar com o post publicado pelas empresas comentando, curtindo ou compartilhando o conteúdo. Cada relação esboça um tipo de sentimento em relação ao conteúdo, como discutido no capítulo 2.2.1. O trabalho direcionou-se para as relações comentar e curtir.

A Folha de São Paulo foi escolhida para a realização da pesquisa por ser um jornal com diversas categorias e ter mais de dois milhões de "curtidas" em sua página corporativa.

3.2.2.2 Análise das APIs

Para fins de extração de dados, foi feito uma análise sobre a Facebook Graph API, a API que gerencia os dados do Facebook, com isso, foi averiguado que ela possui

restrições em seus dados. Por exemplo, não é possível extrair dados específicos de uma pessoa que não é sua amiga, para conseguir isso, você precisaria de sua permissão. Em geral, os dados do usuário que estão sem restrições na rede são nome, sexo e a linguagem que ele utiliza na rede social. Também foi feito levantamento sobre as APIs que integravam com a Graph API, para facilitar na extração dos dados, no qual a Restfb foi a selecionada.

O Restfb (RESTFB, 2013) foi a API escolhida para a extração de dados do Facebook. É um código aberto, simples e flexíveis, lançados sobre os termos de licença MIT (Massachusetts Institute of Technology). A permissão é concedida a qualquer pessoa que possuir uma cópia, incluindo os direitos de usar, copiar, modificar, mesclar, publicar, distribuir, sublicenciar e / ou vender cópias do Software. Entre seus objetivos, estão (RESTFB, 2013):

- ✓ API pública mínima.
- ✓ Extensibilidade máxima.
- ✓ Robustez á mudanças freqüentes da API do Facebook.
- ✓ Configuração orientada por metadados simples.
- ✓ Nenhuma dependência.

3.2.2.3 Análise de Conteúdo

A análise de conteúdo foi escolhida para o tratamento dos dados extraídos. Ela surgiu no início do século passado, nos Estados Unidos, tendo como objetivo analisar dados jornalísticos, no entanto, foi de 1950 á 1960 que ela se impulsionou para outras áreas (CAREGNATO; MUTT, 2006).

Essa análise serve para tratar diferentes materiais de comunicação, sejam eles documentos, livros, jornais, registros de voz ou imagens como rádio e televisão e até mesmo análise de reuniões, entrevistas, discussões em grupos e etc. (FREITAS; JÚNIOR; MOSCAROLA, 1997). Com o avanço da tecnologia e o aumento nos meios de comunicação, ela se expandiu para outras áreas, ficando mais perceptível a necessidade de se buscar significados em grandes bases de dados. Segundo Berelson (1952) a análise de conteúdo é uma técnica de investigação que por meio de uma

descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações, tem por finalidade a interpretação destas mesmas comunicações. São as descrições utilizadas pela a análise de conteúdo:

- Descrição objetiva: Procede a análise seguindo regras preestabelecidas e suficientemente claras ao ponto de vários analistas, trabalhando com o mesmo conteúdo cheguem às mesmas conclusões. Podendo chegar a uma mesma equiparação sobre as definições operacionais de cada categoria estabelecida.
- Descrição sistemática: Para se chegar ao objetivo desejado, o conteúdo deve ser organizado em categorias previamente escolhidas.
- Descrição quantitativa: Descrever quantitativamente baseado em dados estatísticos que podem evidenciar elementos significativos.

A análise de conteúdo deve permitir o uso de variáveis e nós que venham a serem fatores de influência no projeto. As categorias devem se originar do documento objeto ou em algum conhecimento geral da área do conhecimento ou da atividade que ele se insere, de acordo com os objetivos propostos. Sendo assim, a escolha da categoria é um procedimento essencial da análise de conteúdo, visto que ela faz a ligação entre os objetivos de pesquisa e os seus resultados (FREITAS; JÚNIOR; MOSCAROLA, 1997). A análise de conteúdo engloba inúmeros tipos de mídias, classificando e qualificando os dados, tornando-se interessante para analisar o objeto de estudo e trazer os resultados.

3.2.2.4 Análise de sentimentos

Para tratar e entender os comentários tornou-se necessário uma análise de sentimentos. Como dito no capítulo dois, ela possui três níveis de análise, na qual se aplicaram nos comentários extraídos da rede social Facebook.

3.2.3 Desenvolvimento

O desenvolvimento é a fase que acarreta as questões iniciais juntamente com o conhecimento adquirido na fase exploratória para possibilitar e confirmar a conclusão do trabalho. Para chegar à conclusão do trabalho, o desenvolvimento foi realizado em duas etapas subsequentes e dependentes entre si, a Extração de dados e a Análise de conteúdo e sentimentos.

Na extração de dados, foi construído um algoritmo para extrair os dados públicos na rede social Facebook, e a assim, passar para a próxima etapa, a análise.

Na ultima etapa do desenvolvimento, foi aplicada técnicas de análise para tratar a base de dados obtida depois da extração, conforme será mostrado com mais detalhes no capítulo 4.

3.2.4 Conclusão

Por fim, é feito uma análise geral da pesquisa para concluir o trabalho. Com os dados extraídos e analisados, a etapa de conclusão é dividida em duas etapas:

Estudo dos resultados: Essa etapa contou com um estudo em cima dos resultados obtidos após a análise. Depois de analisados, os dados foram quantificados, montando-se tabelas e gráficos para se construir hipóteses.

Conclusão do trabalho: Na conclusão do trabalho é feito um levantamento geral da pesquisa, apontando os pontos positivos e negativos, concluindo o trabalho.

4 Desenvolvimento

No desenvolvimento da pesquisa, foi realizada uma extração de dados em cima dos dados selecionados e por fim, uma análise.

4.1 Seleção e categorização dos posts

Como a proposta do trabalho é análise dos dados da rede social Facebook, tornou-se necessário a construção de um algoritmo de extração para a construção de

uma base de dados. O algoritmo para extração de dados foi construído utilizando-se a API Restfb, na qual integra com a API do facebook, Graph API. Segundo Felipe Vieira (2013), As APIs têm o objetivo de oferecer mais interatividade com o usuário, disponibilizando códigos adaptáveis, que são colocados dentro dos sites de maneira mais conveniente, além disso, elas também oferecem um ambiente com o máximo de informações de um determinado ambiente digital, possibilitando maior interação com o usuário.

Os dados extraídos por sua vez foram armazenados no banco de dados *Mysql*, utilizando a ferramenta *phpmyadmim*, separados e organizados em tabelas específicas, conforme mostrado na Figura 4. No final da extração, formou-se uma base de dados contendo os comentários e as informações sobre o perfil do usuário que curtiu os posts.



Figura 4. Posts publicados pela página Folha de São Paulo no Facebook.

Para analisar, qualificar e obter o resultado a base de dados extraída do Facebook foi feito um levantamento sobre as ferramentas disponíveis que realizam a análise de conteúdo.

Contudo, a pesquisa busca obter a opinião dos usuários que se relacionam com página da Folha de São Paulo. Cada notícia publicada na rede social Facebook terá até cem comentários extraídos. Depois disso, eles serão analisados e qualificados por dois membros, para uma descrição mais sistemática. A análise será feita com a utilização da ferramenta NVivo 10, aplicando-se técnicas de análise de conteúdo e análise de

sentimentos. A pesquisa feita nos comentários foi exploratória, utilizando descrições objetivas e sistemáticas.

Na análise, os comentários serão sentimentalizados como positivos, negativos e neutros, como ilustrado na Figura 5. Os comentários positivos terão palavras-chave que expressam junto com o contexto de palavras um conteúdo construtivo em relação à notícia exposta no post da página da Folha de São Paulo, o mesmo acontecerá com os comentários negativos, que serão categorizados de acordo com palavras-chaves que significam no contexto do conteúdo algo desfavorável em relação à notícia discutida. Já os comentários categorizados como neutros, terão como característica conteúdo que não acrescenta nada significativo para a notícia exposta, ou seja, leitores que apresentaram conteúdo confuso, sem sentido ou não interpretável.

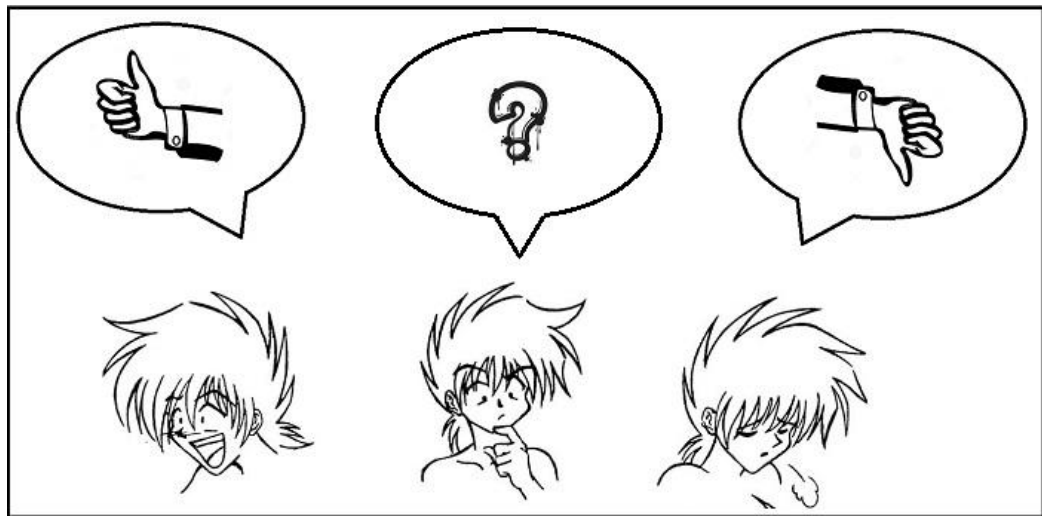


Figura 5. Sentimentos: Positivo, Neutro e Negativo

Os sentimentos serão organizados de acordo com seus aspectos (Aspect Leve) seja ele geral ou não. Bing (2012) usa o seguinte comentário como exemplo de análise no: "(1) Eu simplesmente adoro isso. (2) A qualidade da imagem é incrível. (3) A duração da bateria também é longa. (4) No entanto, minha esposa acha que é muito pesado para ela". A partir desta análise, dividida em sentenças, observamos alguns pontos importantes: "O comentário tem uma série de opiniões, positivas e negativas, sobre câmera Canon G12. A primeira sentença expressa uma opinião positiva sobre a câmera Canon como um todo. A segunda sentença expressa uma opinião positiva

sobre a sua qualidade de imagem. A terceira sentença expressa uma opinião positiva sobre a vida da bateria e a quarta sentença expressa uma opinião negativa sobre o peso da câmera. Contudo, a análise será conduzida para dessa forma para a obtenção dos resultados.

A extração de dados foi realizada em cima de posts, na qual foram selecionados de acordo com a sua categoria. Para realizar a categorização dos posts, foram utilizadas as categorizações do site da Folha de São Paulo. No site, as reportagens e artigos possuem várias categorias diferentes, uma para cada tipo de notícia. Para a realização da análise de conteúdo, foram escolhidas quatro categorias, sendo elas: Cotidiano, Tecnologia, Poder e Esportes.

- Cotidiano: Categoria que engloba notícias e situações do dia a dia, como boletins policiais, artigos sobre educação, protestos públicos, informações sobre o trânsito e aeroportos.
- Tecnologia: Categoria voltada para as novidades e notícias na área da tecnologia, seja sobre games, smartphones, eletrodoméstico ou hardware e software em geral.
- Esportes: Categorizam as notícias que descrevem os acontecimentos nos esportes, como classificação dos campeonatos brasileiros, informações sobre os times brasileiros, Olimpíadas, Copa do Mundo e etc.
- Poder: Categoriza as notícias e reportagens sobre a política brasileira. São publicadas informações e reportagens sobre projetos de leis, decisões políticas, mensalão, eleições e etc.

Para cada categoria citada acima, foram selecionados quatro posts, sendo assim, cada categoria tem quatro notícias analisada, como mostra o Quadro 1.

Quadro 1. Posts analisados e suas categorias.

Noticia	Categoria
Protestos terminam com confronto e atos de vandalismo no Rio e São Paulo.	Cotidiano
O horário de verão começa a vigorar neste domingo; relógios devem ser adiantados.	Cotidiano
Justiça determina volta da inspeção veicular em São Paulo.	Cotidiano
Comissão de Direitos Humanos aprova projeto que permite templo vetar gays.	Cotidiano
Bósnios comemoram nas ruas de Sarajevo classificação para a primeira Copa do Mundo.	Esporte
Corinthians lança plano funerário com direito a caixão alvinegro e hino em velório.	Esporte
Após reunião da cúpula do clube, Corinthians decide manter Tite como técnico.	Esporte
São Paulo mostra vídeo e acusa torcida do Corinthians de iniciar briga.	Esporte
Dilma multiplica viagens e entrega casas sem água e luz. Presidente passou 51 dias do ano em deslocamentos pelo país, recorde da gestão.	Poder
Você é de direita ou de esquerda? Faça o teste montado pela equipe de Folha Poder e descubra.	Poder
Os outros é que devem pensar em quem vão apoiar no 2º turno, diz Campos.	Poder
Lula pede que petistas usem a internet para defender o governo.	Poder
PlayStation 4 custará R\$ 3.999 no Brasil, anuncia Sony.	Tecnologia
Óculos do Google poderão permitir 'curtir' fazendo gesto de 'coração', indica patente.	Tecnologia
Casal de chineses vende filha e usa dinheiro para comprar iPhone, diz jornal.	Tecnologia
Jogadores de videogame em redes on-line em outros países estão comemorando o fato de o Playstation 4 custar R\$ 3.999 no Brasil. Segundo eles, isso afastaria os brasileiros, tidos como arruaceiros nas redes.	Tecnologia

4.2 Análise da base de dados

Foram analisados cem comentários de cada post selecionado, suas entidades e aspectos, como mostra a Figura 6. A análise de sentimentos foi aplicada em seu terceiro nível, como mostra a Figura 6, no *AspectLevel*, apresentada no capítulo 3. O único aspecto comum em todas as notícias é o geral, que possui uma visão generalizada.

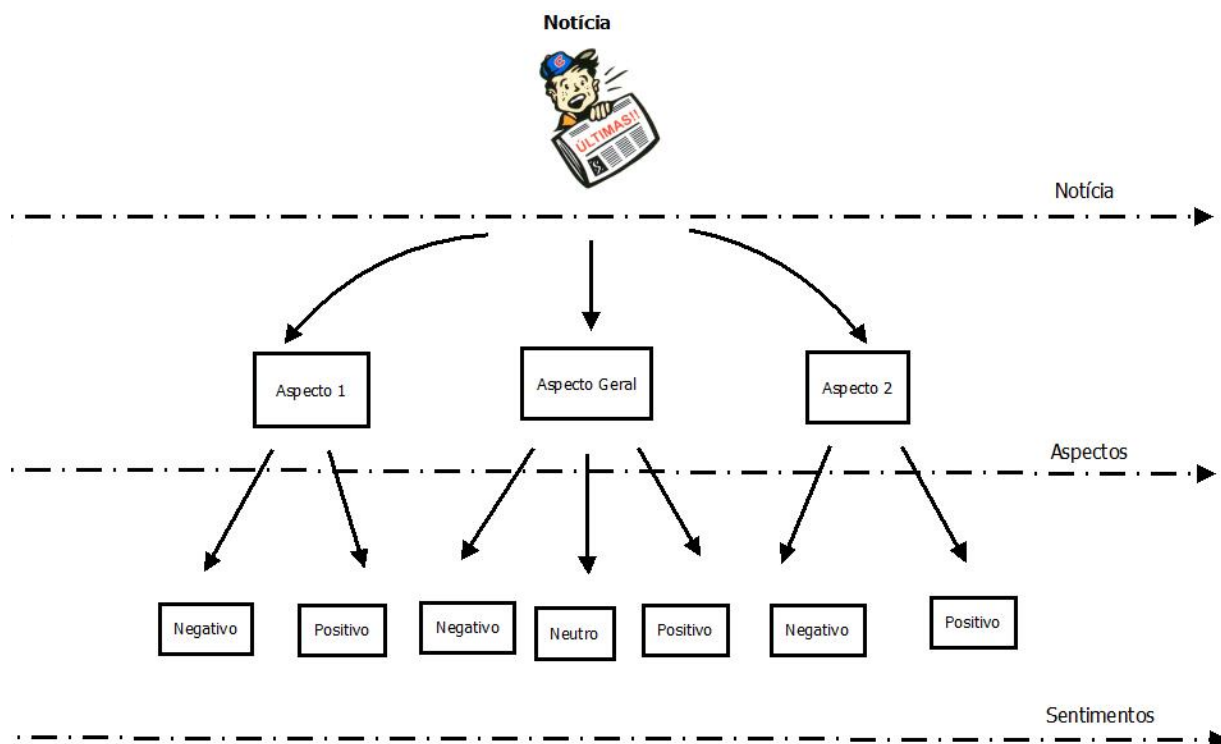


Figura 6. Análise dos comentários, aspectos e sentimentos. Autoria própria.

Os dados, depois de extraídos, foram então, separados por nós. A base de dados foi importada na ferramenta NVivo, na qual foram analisadas as palavras-chave contidas em cada comentário. Quando alguma palavra-chave representa algum aspecto, um novo nó é criado, já o sentimento, quando identificado, é arrastado para seu respectivo nó, que representa o aspecto da notícia. A Figura 7 mostra a ferramenta de análise, a base de dados importada e os nós criados de acordo com os aspectos.

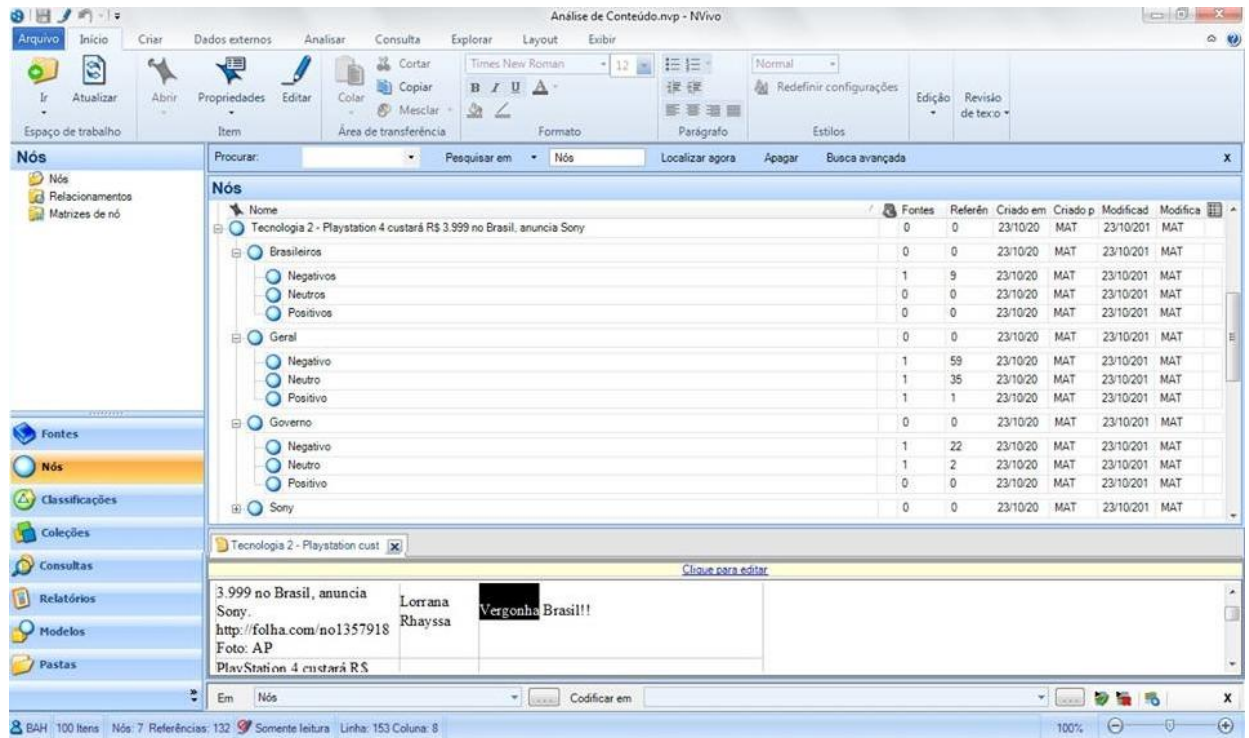


Figura 7. Ferramenta de análise de conteúdo NVivo .

Os aspectos foram identificados através de uma pesquisa na ferramenta, encontrando os substantivos que tinham grande frequência nos comentários. Para os dados sobre o perfil dos usuários que utilizaram a opção curtir, foi feito o mesmo princípio. Uma busca feita pela ferramenta fez a contagem de quantas pessoas do sexo masculino e feminino tinham na base de dados importada, tornando possível a construção de estatísticas sobre o sexo.

Com os dados analisados e separados por nós e aspectos, alguns resultados foram obtidos, tais mostrados no próximo capítulo.

5 Resultados Obtidos

Os resultados alcançados são organizados de acordo com suas categorias. Os comentários são apresentados de acordo com seus aspectos, considerando o sexo da pessoa que comentou positivamente, negativamente ou imparcialmente (neutro).

Para efeito de análise, e preservar a identidade dos leitores, estes são identificados na análise como leitor1, leitor2 e assim por diante.

5.1 Tecnologia

Nesta seção são apresentados os resultados da análise dos comentários das notícias da seção de tecnologia da Folha de São Paulo. As notícias são do dia 17 e 18 de outubro de 2013, e os comentários foram realizados entre os dias 17 e 18 de outubro de 2013.

5.1.1 Notícia 1: Playstation 4 custará R\$ 3.999 no Brasil

A primeira categoria analisada, basicamente, foi uma publicação de um artigo que informava o preço do Playstation 4 no Brasil. Na análise, foi feito um levantamento dos aspectos e os sentimentos que a notícia gerou. O sexo das pessoas que comentaram também foi levado em consideração, sendo o sexo masculino (H) e o sexo feminino (M), conforme mostra a Tabela 1.

Tabela 1. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 1 de tecnologia.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
PlayStation 4 custará R\$ 3.999 no Brasil, anuncia Sony.	Geral	Positivo	H	1
			M	-
		Negativo	H	50
			M	9
		Neutro	H	17
			M	18
	Brasileiros	Positivo	H	-
			M	-
		Negativo	H	8
			M	1
	Sony	Positivo	H	-
			M	-
		Negativo	H	4
			M	0
	Governo Brasileiro	Positivo	H	-
			M	-
Negativo		H	18	
		M	3	

Como ilustrado na Tabela 1, a notícia gerou três aspectos diferentes, sendo eles:

- Governo: Nesse aspecto, foram analisados comentários que criticaram o governo pelo imposto alto, que influenciou no preço do Playstation 4. Por exemplo, o leitor 1 comentou: "Só no governo brasileiro é assim", mostrando claramente um tom negativo ao governo do Brasil.
- Sony: Algumas pessoas criticaram a Sony, pelo preço abusivo do novo Playstation. O leitor 2 comentou "Dessa vez a culpa não é só dos impostos. Qual é a desculpa da Sony?".
- Brasileiros: Nesse aspecto, os leitores criticaram os brasileiros, que aceitam e compram o Playstation 4 por esse preço. Por exemplo, o leitor 3 comentou "Infelizmente, só colocam esse preço porque sabem que brasileiros irão comprar". Nesse aspecto, foram identificadas diversas

críticas aos brasileiros, que aceitam pagar altos preços pela entidade Playstation.

No aspecto geral, a estatística de comentários negativos foi bem maior em relação a qualquer sentimento, como mostra a Figura 8. Ela representa mais da metade dos sentimentos analisados na notícia.

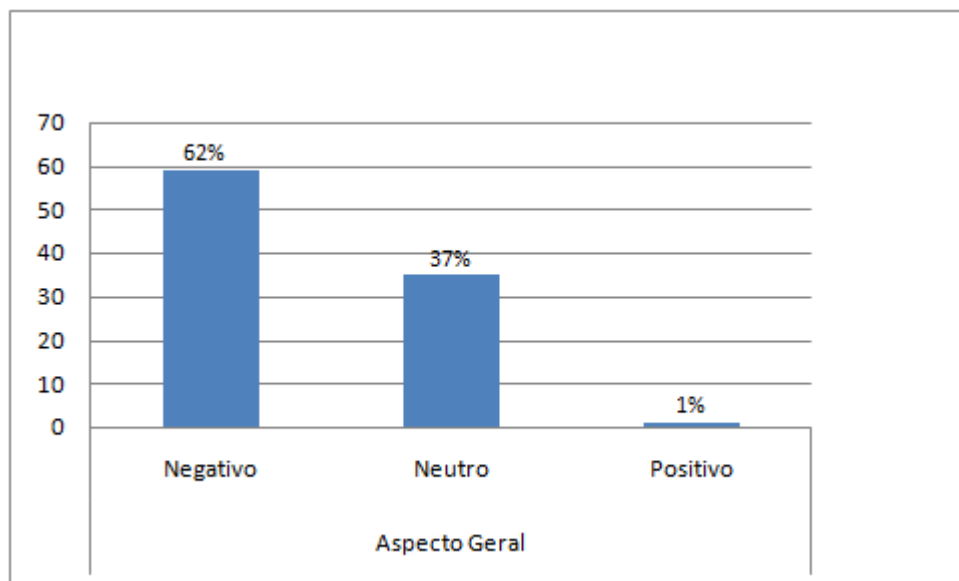


Figura 8. Estatística do aspecto geral da notícia 1 de tecnologia.

Quando comparado os sentimentos negativos e positivos, o negativo atinge 98% do total, conforme mostra a Figura 9.

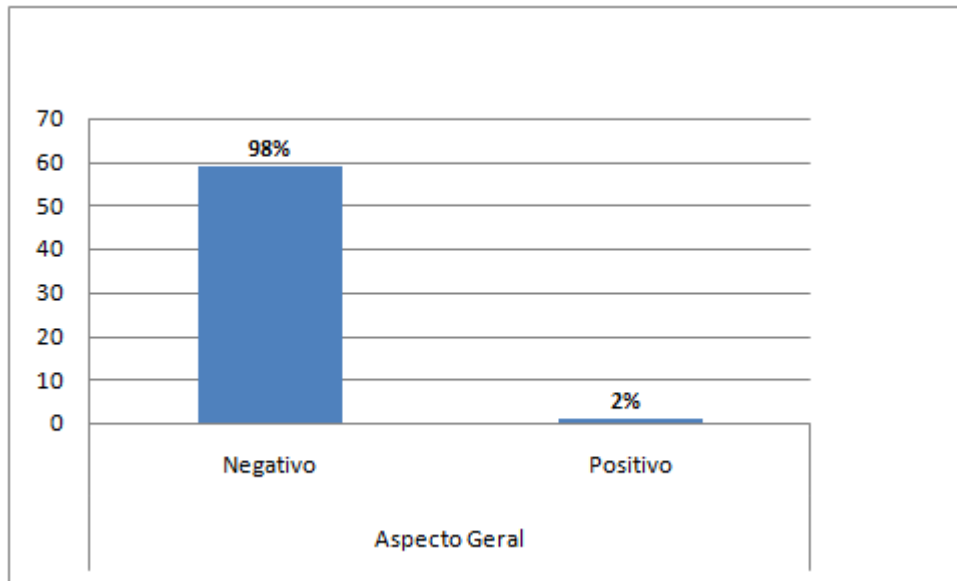


Figura 9. Estatística do aspecto geral com sentimentos positivos e negativos da notícia 1 da categoria tecnologia.

5.1.1.1 Notícia 1: Sexo dos leitores que utilizaram a relação "curtir"

O sexo predominante das pessoas que curtiram a notícia é o masculino, mostrado na Figura 10.

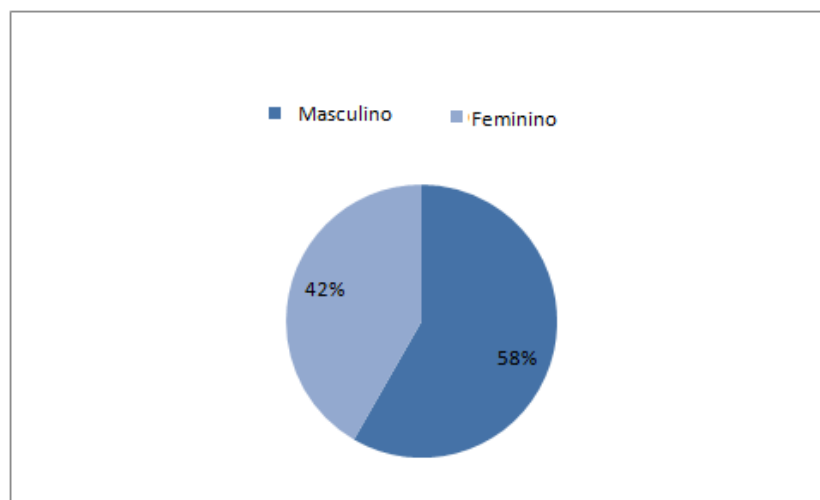


Figura 10. Estatística do sexo dos leitores que curtiram a notícia 1 da categoria tecnologia.

5.1.2 Notícia 2: Óculos da Google poderão permitir 'curtir'

Na segunda notícia da categoria de tecnologia, foi analisada uma publicação sobre o Google. Na notícia, uma patente afirmava que o óculos da Google permitiria a relação 'curtir' através de um gesto de coração. A análise geral é ilustrada na Tabela 2.

Tabela 2. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 2 da categoria tecnologia.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
Óculos do Google poderão permitir 'curtir' fazendo gesto de 'coração', indica patente.	Geral	Positivo	H	2
			M	1
		Negativo	H	30
			M	13
		Neutro	H	27
			M	10
	Google	Positivo	H	-
			M	-
		Negativo	H	2
			M	1
	Sugestão de Gesto	Positivo	H	-
			M	-
Negativo		H	3	
		M	-	

Na notícia, um dos aspectos encontrados foi sobre o Google, contendo três comentários negativos. Nesse aspecto, os comentários citaram a palavra Google em um ambiente negativo, criticando a empresa e a nova funcionalidade de seu produto. O

aspecto sugestão de gesto, os comentários consideraram uma alternativa. Por exemplo, o leitor 1 comentou: "Que bobagem, não seria mais fácil um sinal de jóia, que só utiliza uma das mãos?". Em um aspecto geral, é negativo, mais por outro lado, ela possui um aspecto de sugestão, dando uma dica de gesto.

No aspecto geral da notícia, teve-se uma estatística de sentimentos negativos maiores que as demais, conforme ilustrado na Figura 11.

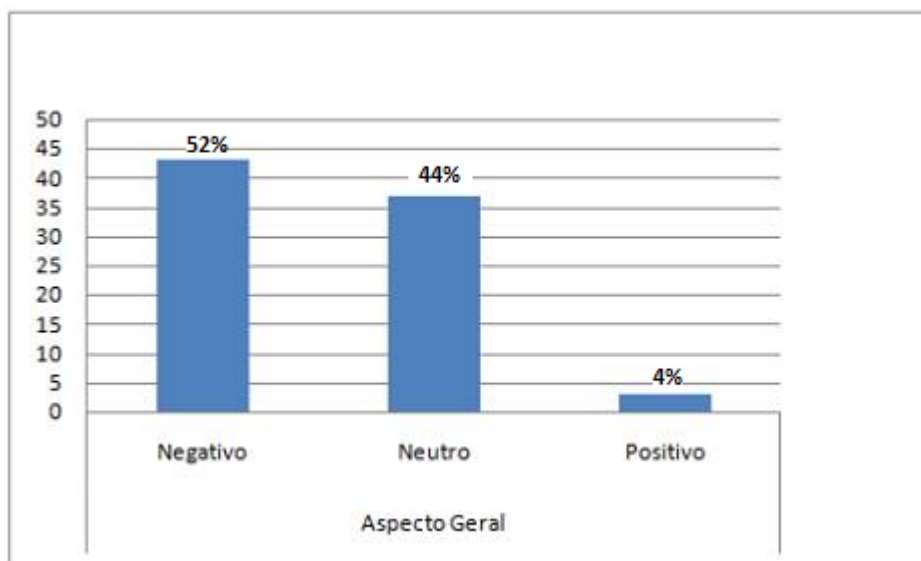


Figura 11. Estatística do aspecto geral da notícia 2 da categoria tecnologia.

No aspecto geral, levando em consideração somente sentimentos negativos e positivos, a estatística se modifica. Os sentimentos negativos atingem a marca de 93%, predominando os sentimentos da notícia, como é mostrado na Figura 12.

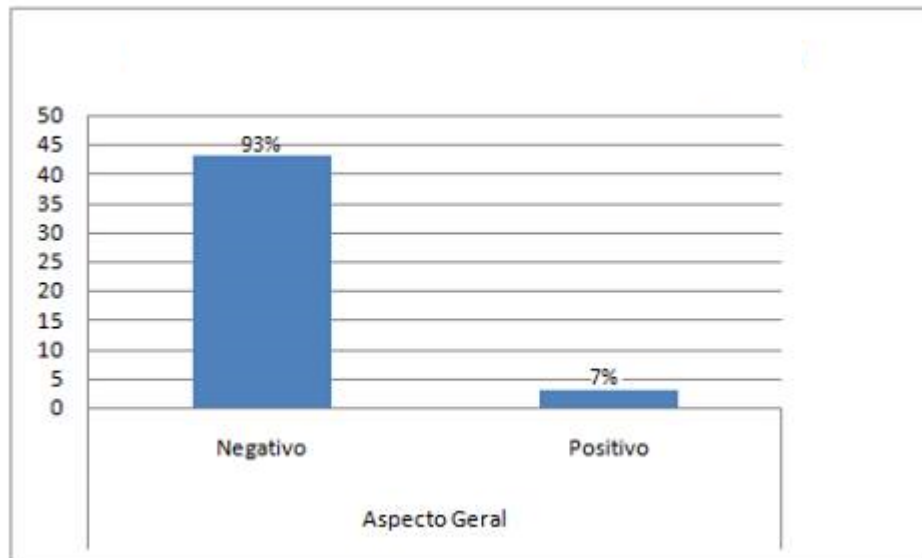


Figura 12. Estatística do aspecto geral considerando sentimentos negativos e positivos da notícia 2 da categoria tecnologia..

5.1.2.1 Sexo das pessoas que curtiram o post

As pessoas que utilizaram a relação curtir na publicação é de 76% do sexo masculino, como ilustrado na Figura 13.

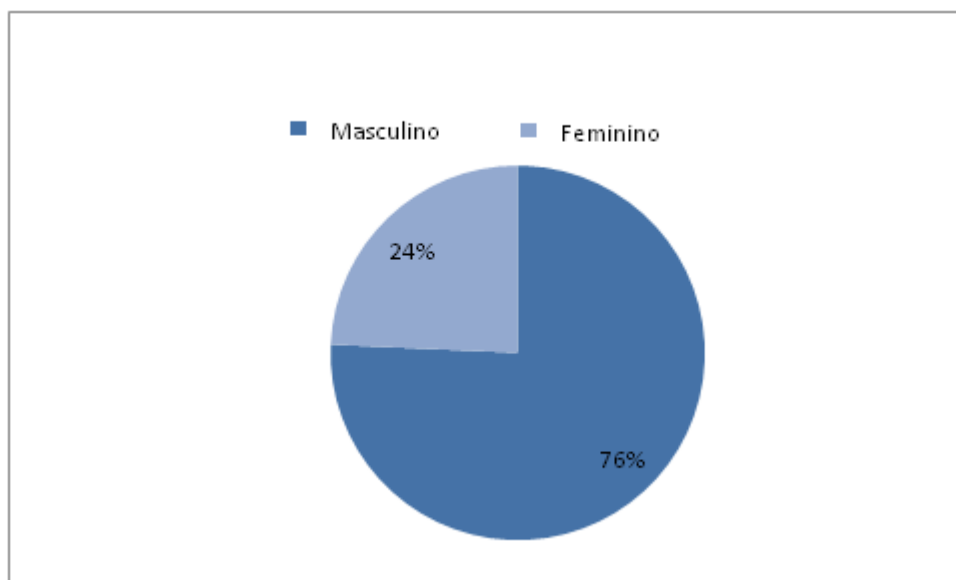


Figura 13. Estatística do sexo das pessoas que utilizaram a opção curtir da notícia 2 da categoria tecnologia.

5.1.3 Brasileiros são chamados de arruaceiros

Na terceira notícia de tecnologia, o artigo informa que, estrangeiros estão comemorando o fato do Playstation 4 custar R\$ 3.999 reais no Brasil. Segundo a publicação, os jogadores de outros países consideram os brasileiros como "arruaceiros" na rede de jogos. A análise constatou apenas o aspecto geral, como mostra a Tabela 3.

Tabela 3. Estatística do sexo dos usuários que curtiram a notícia 3 da categoria tecnologia.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
Jogadores de videogame em redes on-line em outros países estão comemorando o fato de o Playstation 4 custar R\$ 3.999 no Brasil. Segundo eles, isso afastaria os brasileiros, tidos como arruaceiros nas redes:	Geral	Positivo	H	26
			M	3
		Negativo	H	23
			M	7
		Neutro	H	30
			M	10

Na estatística do aspecto geral, mostrada na Figura 14, é notado que os sentimentos positivos e negativos são equilibrados, contendo uma porcentagem maior de comentários neutros.

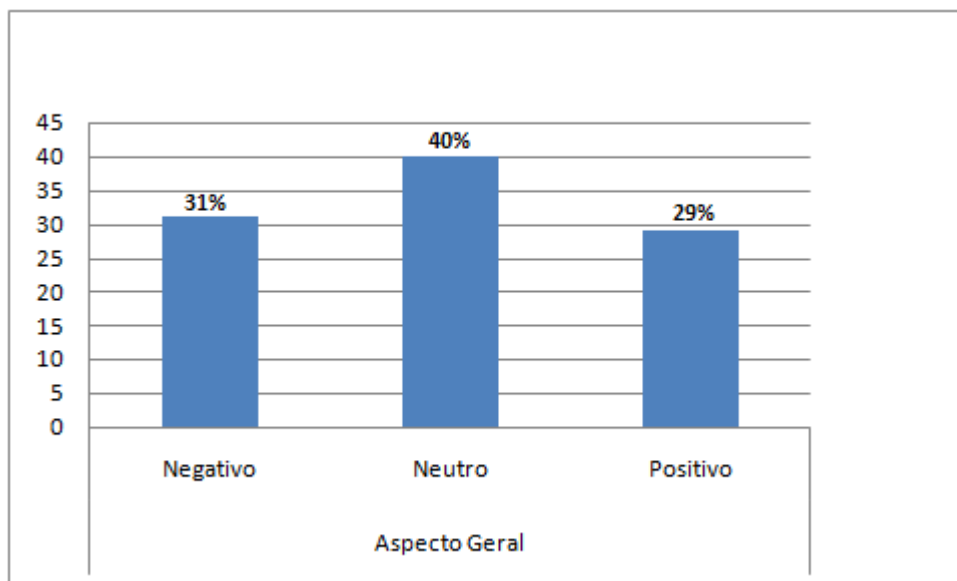


Figura 14. Estatística do aspecto geral da notícia 3 da categoria tecnologia.

No aspecto geral, considerando apenas comentários negativos e positivos, nota-se um equilíbrio entre eles, mostrado na Figura 15. Na análise, muitos comentários concordavam com o fato dos brasileiros serem "baderneiros" nas redes do Playstation. Por outro lado, algumas pessoas defendiam e negavam a notícia.

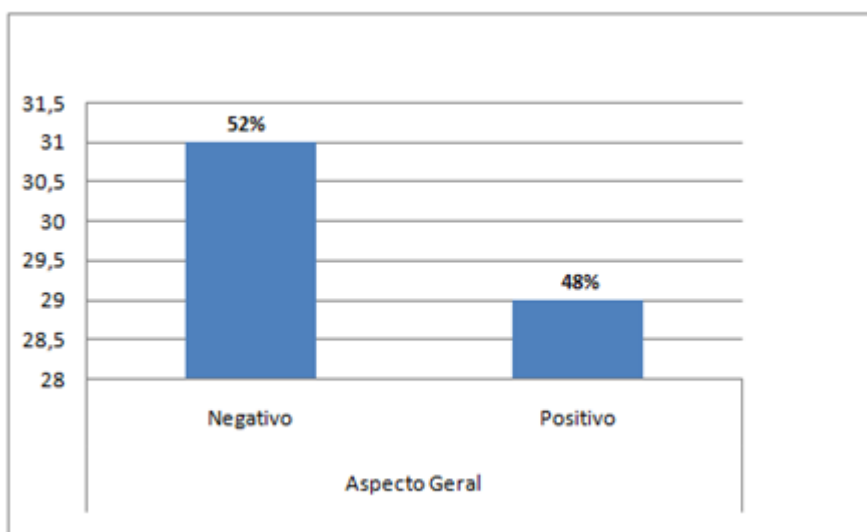


Figura 15. Estatística do aspecto geral considerando apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 3 da categoria tecnologia..

5.1.3.1 Notícia 3: Dados Quantitativos

Na estatística sobre o sexo das pessoas que curtiram o post, foi constatada uma parcela maior considerável do sexo masculino. No geral, 75% das pessoas que curtiram eram do sexo masculino, como mostra a Figura 16.

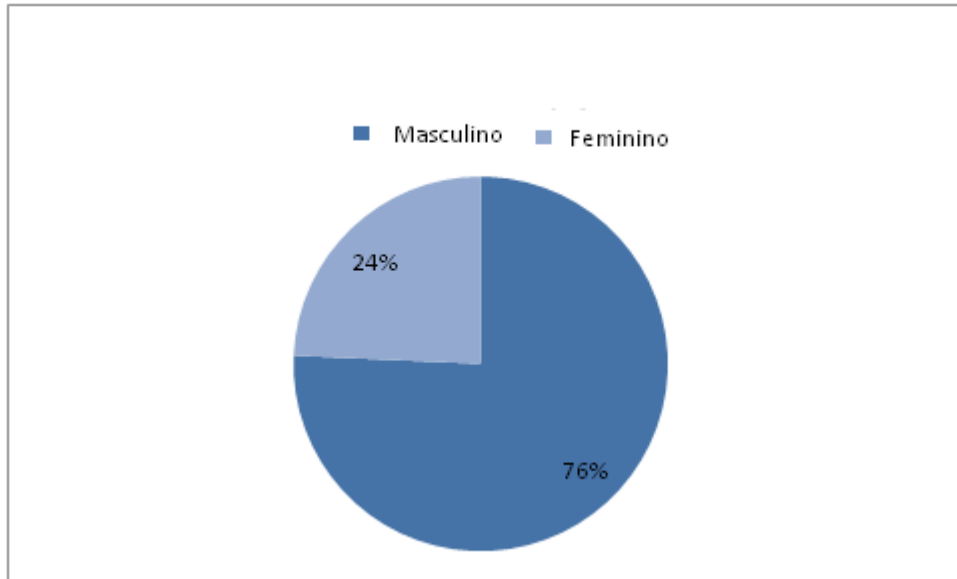


Figura 16. Estatística do sexo dos usuários que curtiram a notícia da notícia 3 da categoria tecnologia..

5.1.4 Notícia 4: Apple vai reduzir a produção do iPhone 5C.

A última notícia da categoria tecnologia fala sobre a redução da produção do iPhone 5C. Nos sentimentos, foram identificados dois aspectos diferentes, mostrados na Tabela 4.

Tabela 4. Estatística do sexo dos usuários que curtiram a notícia 4 da categoria tecnologia.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
Apple vai reduzir produção do modelo 'barato' do iPhone.	Geral	Positivo	H	3
			M	2
		Negativo	H	10
			M	4
		Neutro	H	25
			M	13
	Apple	Positivo	H	2
			M	-
		Negativo	H	3
			M	2
	Preço	Positivo	H	-
			M	-
Negativo		H	10	
		M	3	

Na notícia, a empresa fabricante da entidade, iPhone 5C foi um dos aspectos. Sobre ela, foram constatados dois comentários positivos e cinco negativos. Por exemplo, o leitor 1 comentou: "O que vai subir o preço devido à escassez do produto, atitude certa da Apple", mostrando seu sentimento positivo em relação ao aspecto geral e o aspecto Apple. Já o leitor 2 comentou: "Esse iPhone foi um tiro no pé da imponente e arrogante Apple, fracasso", sentimentalizando negativamente o aspecto, outro comentário negativo desse aspecto foi do leitor 3, na qual comentou: "A genialidade de Jobs era tão óbvia! Para mim, a Apple começou a definhar depois que ele morreu" . Outro aspecto foi o preço, nesse aspecto, os usuários criticavam o valor abusivo do iPhone 5C.

No aspecto geral, as estatísticas mostram um número maior de sentimentos neutros, como mostra a Figura 17.

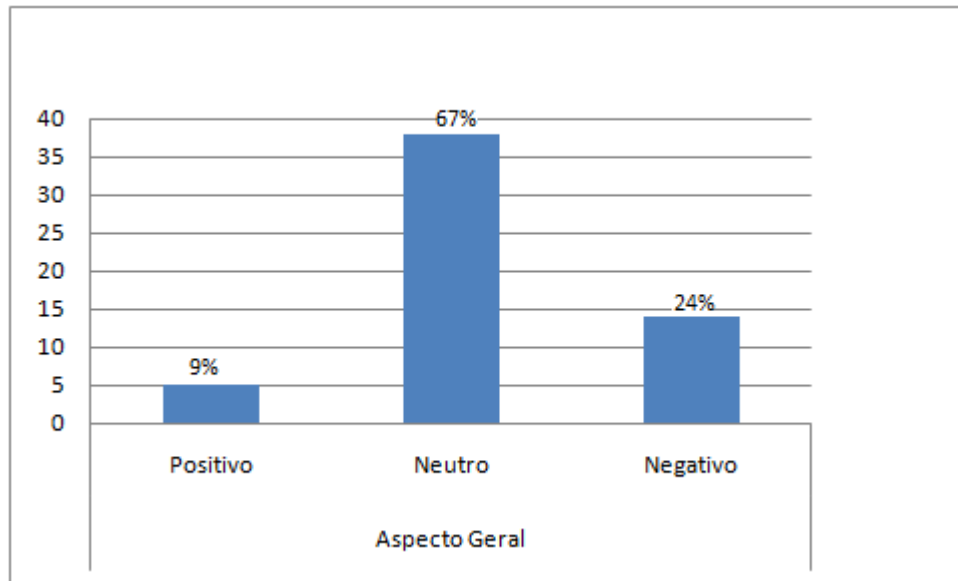


Figura 17. Estatística do aspecto geral da notícia 4 da categoria tecnologia.

Quando comparados os sentimentos negativos e positivos, fica clara a predominância do sentimento negativo, mostrado na Figura 18.

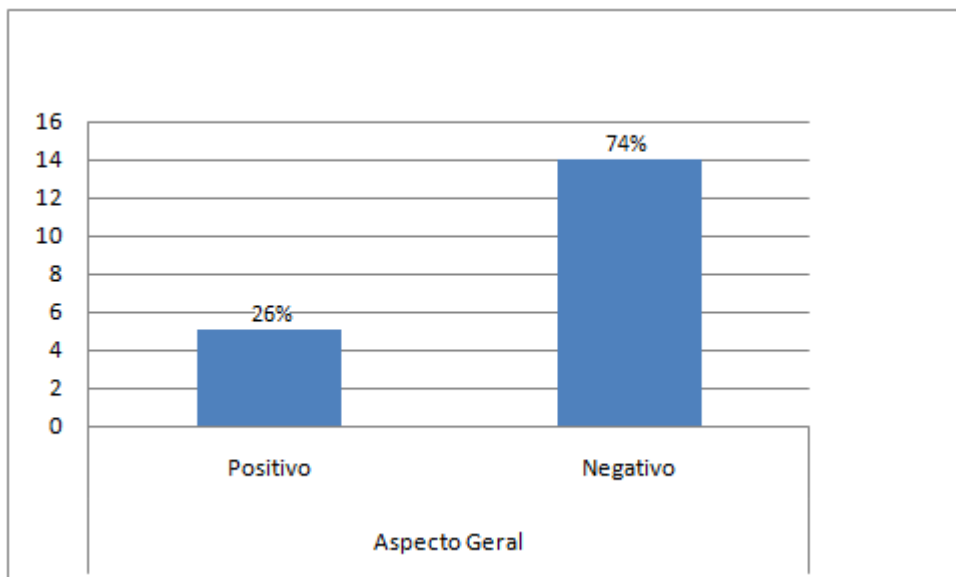


Figura 18. Estatística do aspecto geral, considerando apenas os sentimentos positivos e negativos da notícia 4 da categoria tecnologia.

5.1.4.1 Notícia 4: Sexo dos leitores que curtiram o post

Dos usuários que curtiram a notícia, pouco mais da metade é do sexo masculino, como mostra a Figura 19.

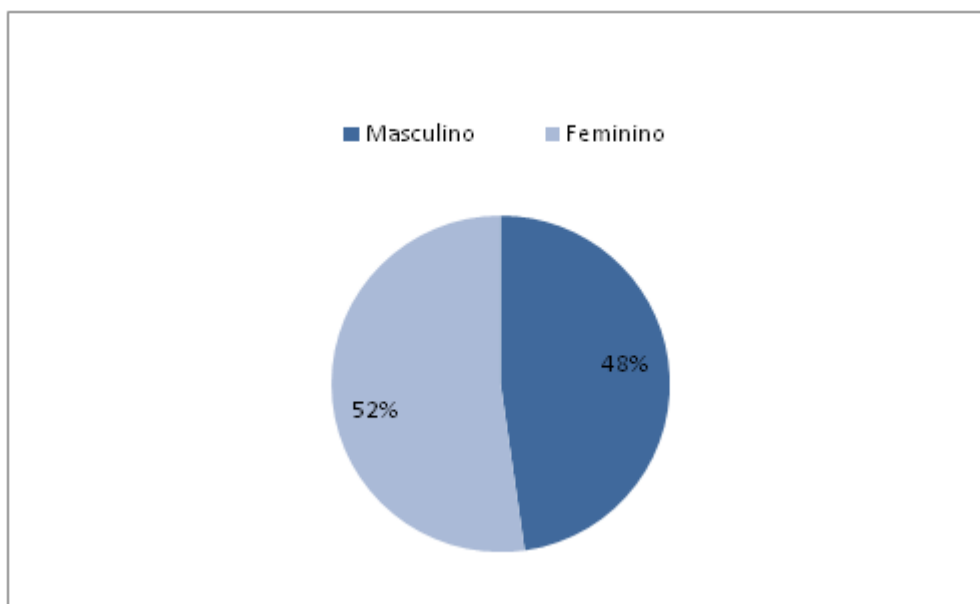


Figura 19. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia.

5.1.5 Análise geral da categoria

Depois do término da categoria, alguns resultados foram obtidos de forma geral. Por exemplo, o sentimento predominante da categoria foi o negativo, como mostra a Tabela 5.

Tabela 5. Sentimento das publicações da categoria.

Categoria	titulo	Geral	
		Negativo	Positivo
Tecnologia 1	Apple	14	5
Tecnologia 2	Play 4 \$\$	59	1
Tecnologia 3	Óculos google	43	3
Tecnologia 4	Jogadores videogame	30	29
Total		146	38

Também foi constatado que a maior parte dos comentários vem do sexo masculino, tanto sentimentos negativos, quando positivos, conforme a Tabela 6.

Tabela 6. Sexo das pessoas que comentaram as publicações da categoria.

Categoria	Título	Geral			
		Negativo		Postivo	
		homem	mulher	homem	mulher
Tecnologia 1	Apple	10	4	3	2
Tecnologia 2	Play 4 \$\$	50	9	1	0
Tecnologia 3	Óculos google	30	13	2	1
Tecnologia 4	Jogadores videogame	23	7	26	3
Total		113	33	32	6
Total geral		Homens		Mulheres	
		145		39	

As pessoas que curtem as publicações voltadas á essa categoria (Tecnologia) são também, na maior parte do sexo masculino, como mostra a Tabela 7.

Tabela 7. Sexo das pessoas que curtiram as publicações da categoria.

Categoria	titulo	Homem	Mulher
Tecnologia 1	Apple	146	160
Tecnologia 2	Play 4 \$\$	704	291
Tecnologia 3	Óculos google	122	145
Tecnologia 4	Jogadores videogame	754	242
Total		1726	838

5.2 Categoria Cotidiano

Nesta seção são apresentados os resultados da análise dos comentários das notícias da seção de cotidiano da Folha de São Paulo. As notícias são do dia 16 e 17 de outubro de 2013, e os comentários foram realizados entre os dias 16 e 17 de outubro de 2013.

5.2.1 Notícia 1: Protestos terminam em confronto

Na categoria cotidiano, a primeira notícia fala sobre os protestos acontecidos no Brasil. No artigo, a Folha de São Paulo afirma atos de vandalismo por parte dos protestantes. Foram identificados dois aspectos diferentes, como mostra na Tabela 8.

Tabela 8. Sexo das pessoas que curtiram a notícia 1 da categoria cotidiano.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
Protestos terminam com confronto e atos de vandalismo no Rio e São Paulo.	Geral	Positivo	H	14
			M	8
		Negativo	H	31
			M	7
		Neutro	H	32
			M	8
	Polícia	Positivo	H	4
			M	2
		Negativo	H	3
			M	2
	Folha de São Paulo	Positivo	H	-
			M	-
Negativo		H	6	
		M	3	

Na notícia, a polícia foi analisada como um dos aspectos. Foram identificados seis comentários positivos e cinco negativos sobre ela. Por exemplo, o leitor 1 comentou: "A polícia sempre vandalizando", demonstrando um sentimento negativo em relação á polícia. O leitor 2 comentou: "Cadeia para esse bando de covardes mascarados, chamados de black bloc. Força PM". O comentário mostrou um sentimento positivo em relação ao trabalho da polícia.

Já o aspecto Folha de São Paulo conta com dez comentários sentimentalizados como negativo. Por exemplo, o leitor 3 comentou: "Folha de São

Paulo estão recebendo quanto do governo de SP pra publicar essa notícia? Vandalismo? São vocês com essa mídia hipócrita que encobrem nosso câncer maligno da polícia apodrecendo ainda mais essa nação de aproveitadores". O comentário possui um aspecto negativo em relação ao jornal e na notícia em geral.

O aspecto geral conta com 40% de comentários neutros, 38% negativos e 22% positivos, como mostra a Figura 20.

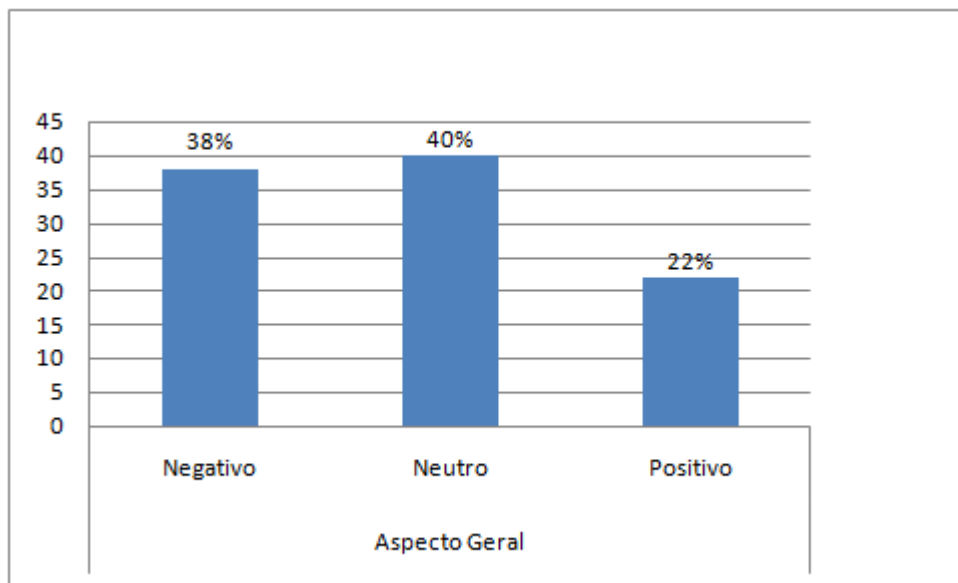


Figura 20. Estatística do aspecto geral da notícia 1 da categoria cotidiano.

Quando os sentimentos negativos e positivos são comparados, a estatística mostra uma considerável predominância do sentimento positivo sobre os negativos.

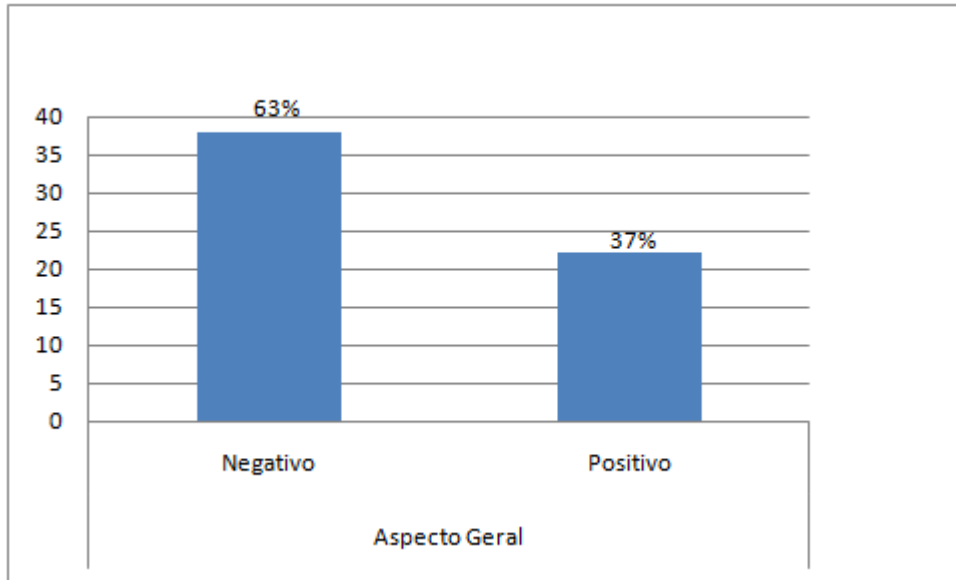


Figura 21. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 1 da categoria cotidiano.

5.2.1.1 Notícia 1: Sexo das pessoas que utilizaram a opção "curtir"

O sexo das pessoas que curtiram a publicação foram em 58% masculino e 42% feminino, como mostra a Figura 22.

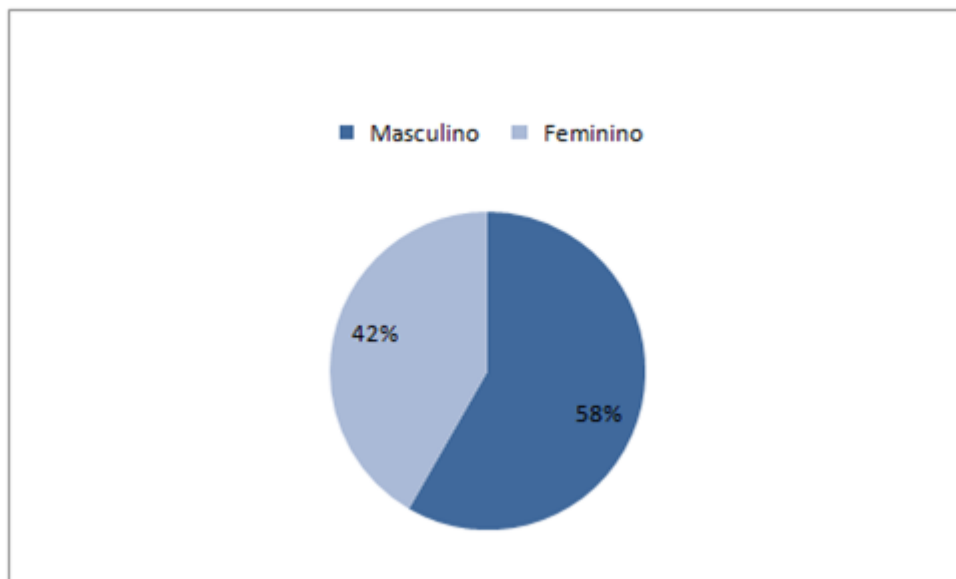


Figura 22. Estatística do sexo das pessoas que utilizaram a opção curtir.

5.2.2 O horário de verão começa a vigorar neste domingo

A segunda notícia da categoria cotidiano informa sobre o início do horário de verão. Foi identificado apenas um aspecto, conforme é mostrado na Tabela 9.

Tabela 9. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 2 da categoria cotidiano.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
O horário de verão começa a vigorar neste domingo; relógios devem ser adiantados:	Geral	Positivo	H	9
			M	15
		Negativo	H	13
			M	28
		Neutro	H	32
			M	16
	Governo	Positivo	H	-
			M	-
Negativo		H	6	
		M	1	

O aspecto governo conta com críticas aos políticos, por exemplo, o usuário Andreas Mann comentou: "Governo quer economizar, mais porque não investe né?". O comentário mostra um sentimento negativo em relação à notícia e o aspecto governo.

Em geral, pode-se perceber uma considerável predominância de sentimentos negativos em relação aos positivos, já os neutros predominam o gráfico, como mostra a Figura 23.

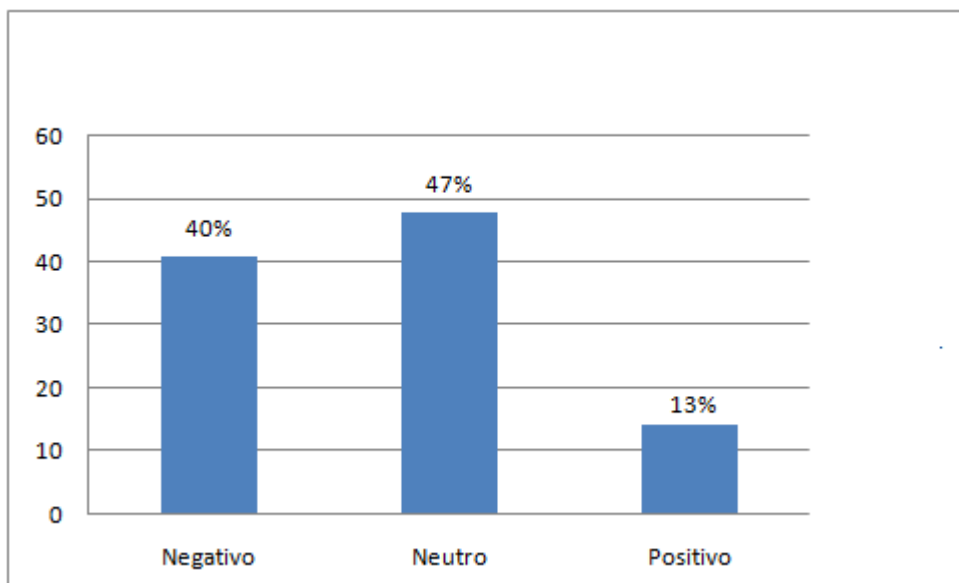


Figura 23 . Estatística do aspecto geral da notícia 2 da categoria cotidiano.

Quando comparado apenas sentimentos negativos e positivos do aspecto geral, pode-se notar uma predominância de comentários negativos, como mostra a Figura 24.

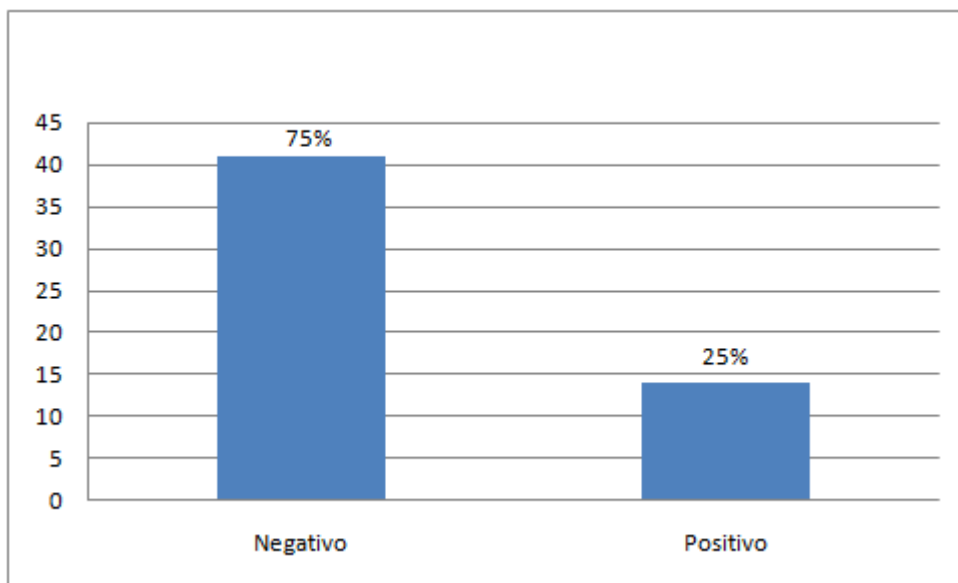


Figura 24. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas os sentimentos negativos e positivos, da notícia 2 da categoria cotidiano.

5.2.2.1 Notícia 2: Sexo dos usuários que curtiram o post

Claramente, pode-se notar uma predominância do sexo feminino na relação curtir. Das pessoas que curtiram a publicação 64% são do sexo feminino contra apenas 36% do sexo masculino.

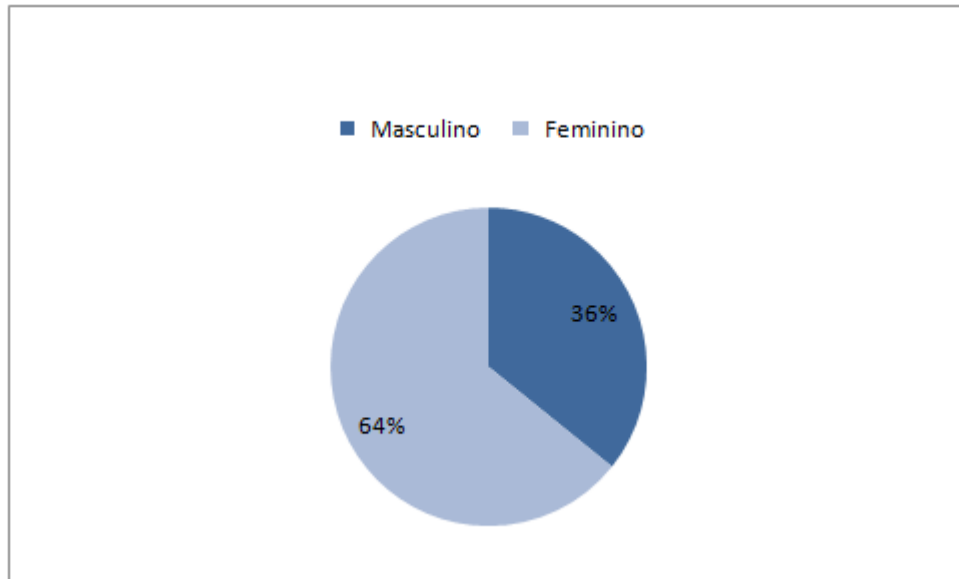


Figura 25. Estatística do sexo das pessoas que utilizaram a relação curtir da notícia 2 da categoria cotidiano.

5.2.3 Notícia 3: Policiais utilizaram armas letais

A terceira notícia da categoria cotidiano informa sobre o uso de armas letais por parte dos policiais nos protestos ocorridos no Brasil. Em geral, foi identificado o aspecto Folha de São Paulo, como mostrado na Tabela 10.

Tabela 10. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 3 da categoria cotidiano.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
Policiais usaram armas letais durante protesto na região central do Rio na noite de ontem. Por volta das 23h, a Folha presenciou o momento em que um PM sacou a sua arma e deu seis tiros para o alto na Rua Araújo Porto	Geral	Positivo	H	34
			M	17
		Negativo	H	14
			M	12
		Neutro	H	8
			M	12
	Folha de São Paulo	Positivo	H	-
			M	-
Negativo		H	4	
		M	1	

No aspecto Folha de São Paulo, cinco pessoas fizeram comentários de sentimento negativo. O leitor 1 comentou: "Não creio que a folha fez isso... Usaram armas letais? Contra quem?". Claramente, identificou-se um sentimento negativo em relação o jornal Folha de São Paulo.

Em geral, os sentimentos positivos foram consideravelmente maiores, como mostrados na Figura 26.

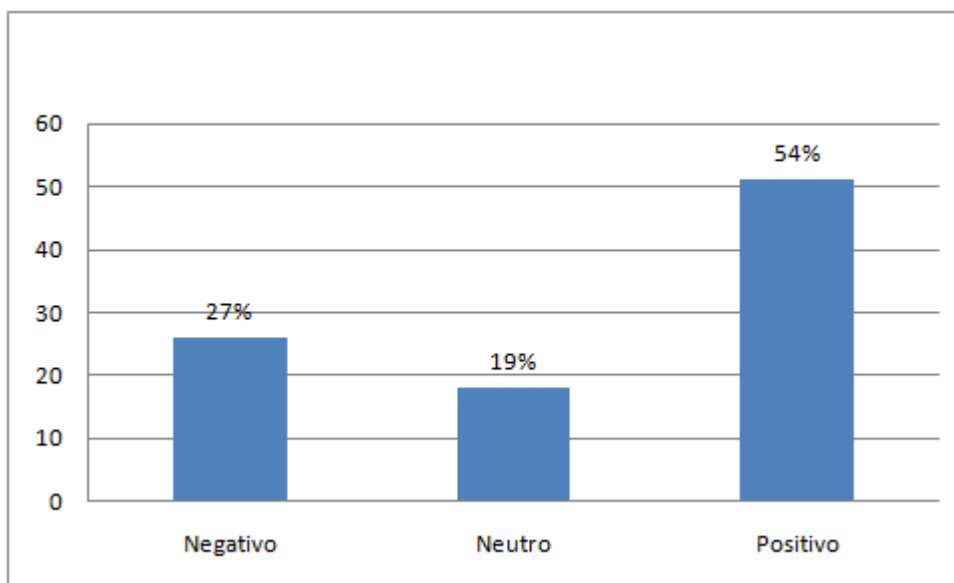


Figura 26. Estatística do aspecto geral e seus sentimentos da notícia 3 da categoria cotidiano.

Os sentimentos positivos possuíram 64% quando comparados aos negativos como mostra a Figura 27. No post, muitas pessoas deram força para polícia, apoiando o uso de armas letais no controle das manifestações.

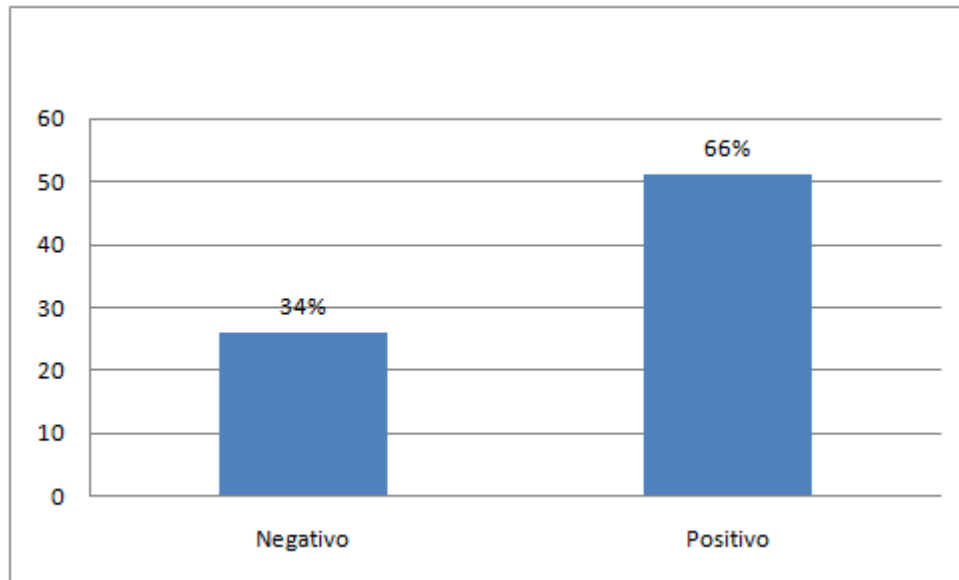


Figura 27. Estatística do aspecto geral considerando apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 3 da categoria cotidiano.

5.2.3.1 Notícia 3: Sexo sobre os usuários que curtiram o post

Do total de curtidas do post, houve uma pequena predominância do sexo masculino, como mostrado na Figura 28.

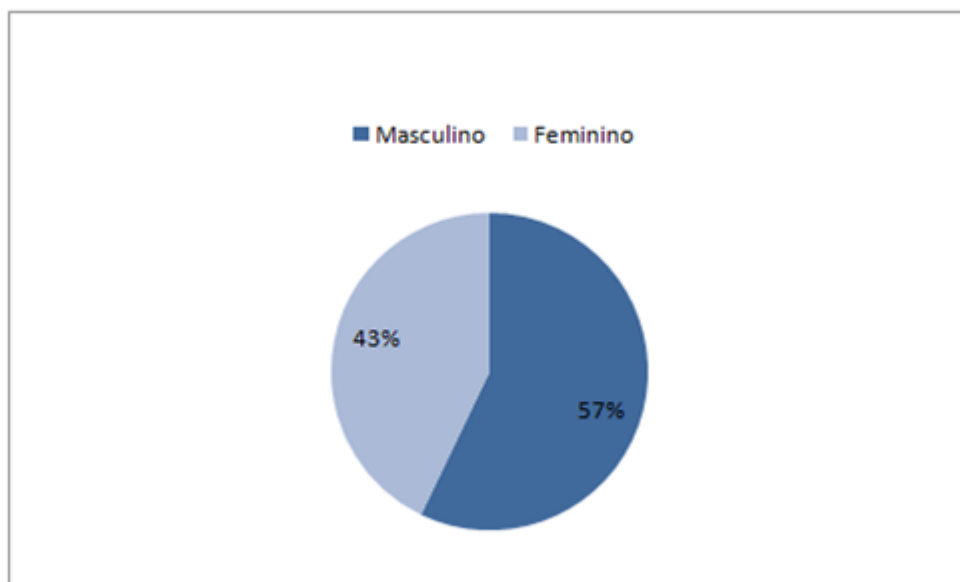


Figura 28. Estatística do sexo das pessoas que utilizaram a relação curtir da notícia 3 da categoria cotidiano.

5.2.4 Comissão de Direitos Humanos aprova projeto que permite templo vetar gays.

A última notícia da categoria cotidiano informou sobre a Comissão de Direitos Humanos, na qual veta os gays de frequentar templos, onde ocorrem os cultos. Em geral, os sentimentos foram específicos á notícia, constatando-se apenas um aspecto, como mostra na Tabela 11.

Tabela 11. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 4 da categoria cotidiano.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
Comissão de Direitos Humanos aprova projeto que permite templo vetar gays.	Geral	Positivo	H	12
			M	1
		Negativo	H	41
			M	30
		Neutro	H	9
			M	4
	Marco Feliciano	Positivo	H	2
			M	-
		Negativo	H	5
			M	8

Como mostra a Figura 29, os sentimentos negativos predominaram, obtendo 74% do total.

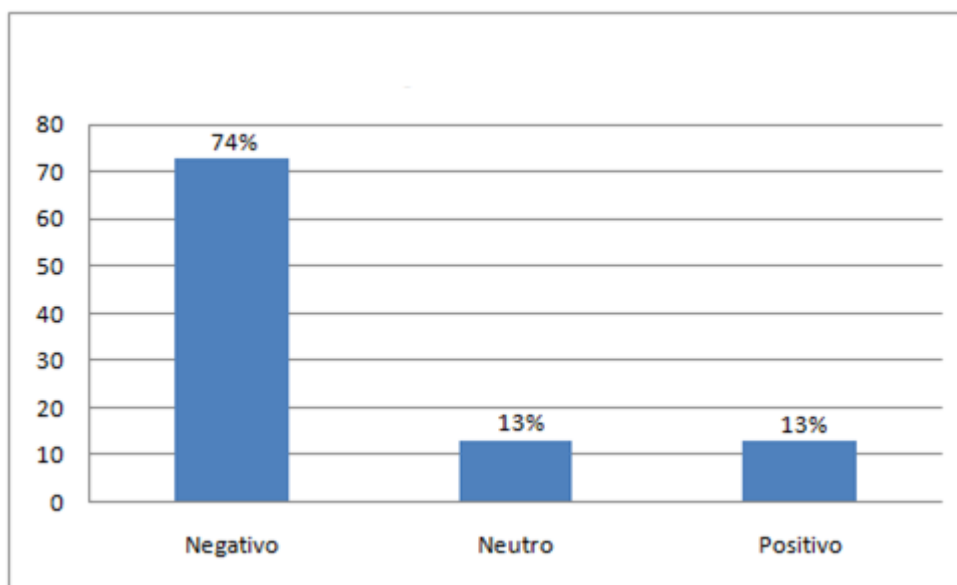


Figura 29. Estatística do aspecto geral e seus sentimentos da notícia 4 da categoria cotidiano.

Já os sentimentos negativos e positivos, quando comparados, exibem um total de 85% de predominância dos negativos, como mostra a Figura 30.

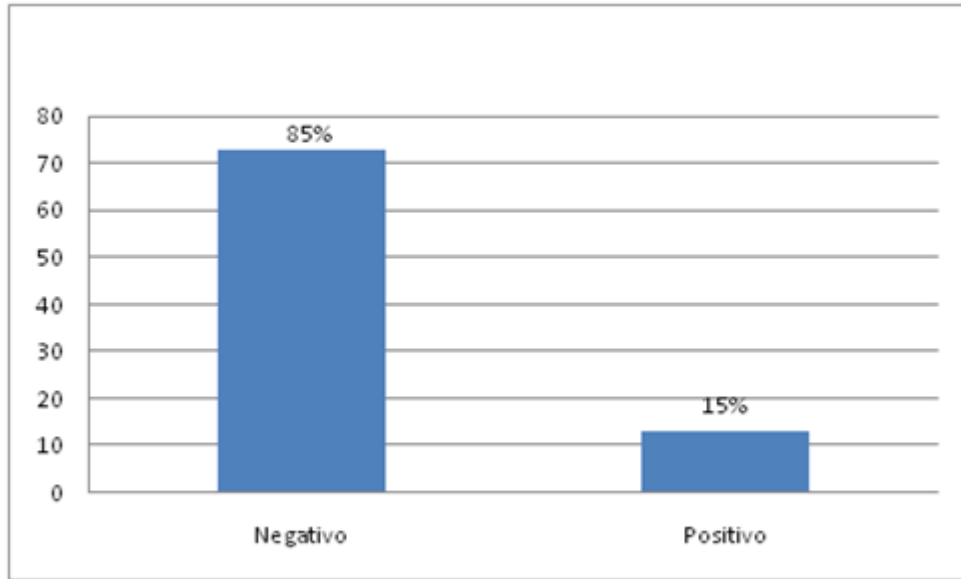


Figura 30. Estatística do aspecto geral com sentimentos negativos e positivos da notícia 4 da categoria cotidiano.

5.2.4.1 Notícia 4: Sexo das pessoas que curtiram a notícia.

Do número total de curtidas obtidas pela publicação, o sexo masculino possuiu uma pequena vantagem, como mostra a Figura 31.

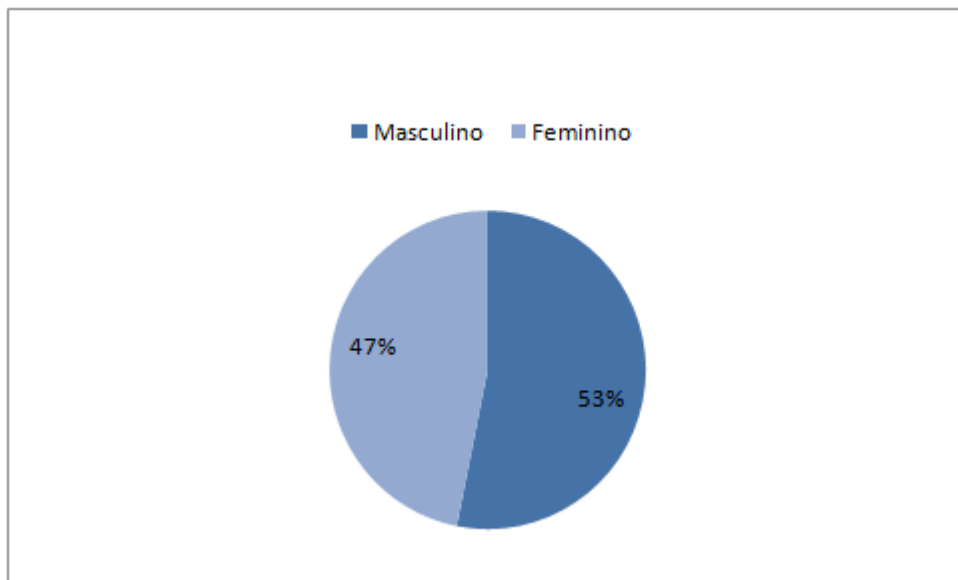


Figura 31. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia 4 da categoria cotidiano.

5.2.5 Análise geral sobre a Categoria Cotidiano

Com o fim da categoria Cotidiano, uma análise geral foi realizada com os dados dos comentários e sentimentos, levando em consideração o sexo de cada pessoa que curtiu e comentou a publicação. Em geral, os comentários negativos atingiram uma proporção maior na categoria, como mostra a Tabela 12.

Tabela 12. Análise geral da categoria Cotidiano.

Categoria	Título	Geral	
		Negativo	Positivo
Cotidiano 1	Protestos	38	22
Cotidiano 2	horario verão	41	24
Cotidiano 3	Policiais	26	51
Cotidiano 4	Comissão veta gays	73	13
Total		178	110

Também na análise geral, foi identificada uma proporção maior de comentários vindos de homens, como mostra a Tabela 13.

Tabela 13. Análise de homens e mulheres nos comentários.

Categoria	Título	Aspecto Geral			
		Negativo		Positivo	
		homem	mulher	homem	mulher
Cotidiano 1	Protestos	31	7	14	8
Cotidiano 2	Horario verão	13	28	9	15
Cotidiano 3	Policiais	12	14	34	17
Cotidiano 4	Comissão veta gays	41	30	12	1
Total		97	79	69	41
Total geral		Homens		Mulheres	
		166		120	

Das pessoas que curtiram as publicações, o sexo predominante foi o masculino, no entanto, a diferença entre homens e mulheres que curtiram as notícias desta categoria foi pequena, conforme mostra a Tabela 14.

Tabela 14. Sexo das pessoas que curtiram as notícias da categoria e o total.

Categoria	título	Homem	Mulher
Cotidiano 1	Protestos	380	272
Cotidiano 2	Horario verão	355	636
Cotidiano 3	Policiais	567	426
Cotidiano 4	Comissão veta gays	529	467
Total		1831	1801

5.3 Esportes

Nesta seção são apresentados os resultados da análise dos comentários das notícias da seção de esportes da Folha de São Paulo. As notícias são do dia 15, 16 e 17 de outubro de 2013, e os comentários foram realizados entre os dias 15, 16 e 17 de outubro de 2013.

5.3.1 Notícia 1: Bósnios comemoram classificação para a Copa do Mundo

A primeira notícia da categoria esportes informa sobre a primeira classificação da história do país Bósnia para uma Copa do Mundo. Na análise, foram constatados apenas sentimentos em aspecto geral, conforme a Tabela 15.

Tabela 15. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 1 da categoria esportes.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
Bósnios comemoram nas ruas de Sarajevo classificação para a primeira Copa do Mundo. Além deles, mais três seleções (Rússia, Espanha e Inglaterra) garantiram hoje suas vagas:	Geral	Positivo	H	34
			M	17
		Negativo	H	14
			M	12
		Neutro	H	8
			M	12

De todos os comentários analisados, a maior parte possui sentimento positivo, como mostrado na Figura 32.

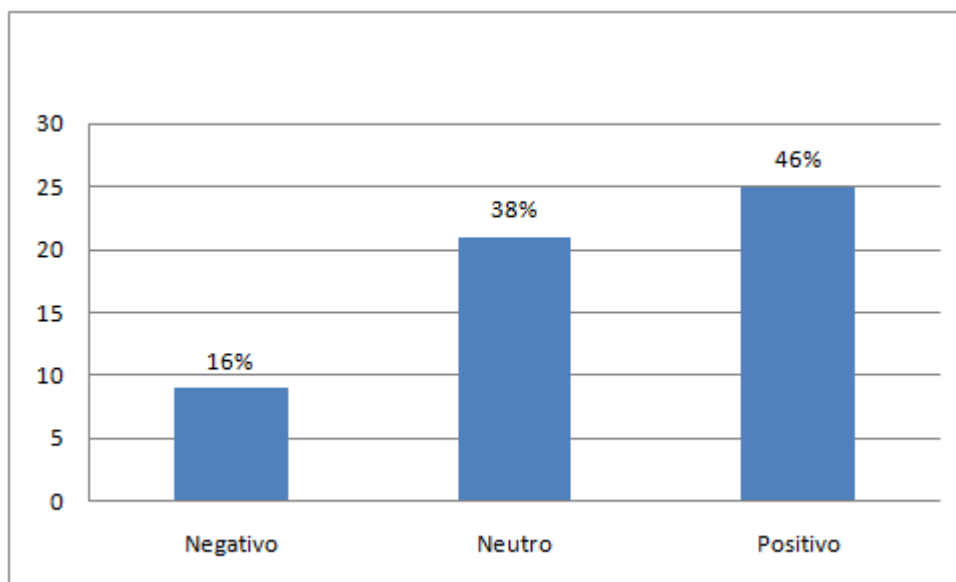


Figura 32. Estatística do aspecto geral da notícia 1 da categoria esportes..

Dos sentimentos negativos e positivos, os negativos atingiram uma pequena porcentagem, como mostra a Figura 33.

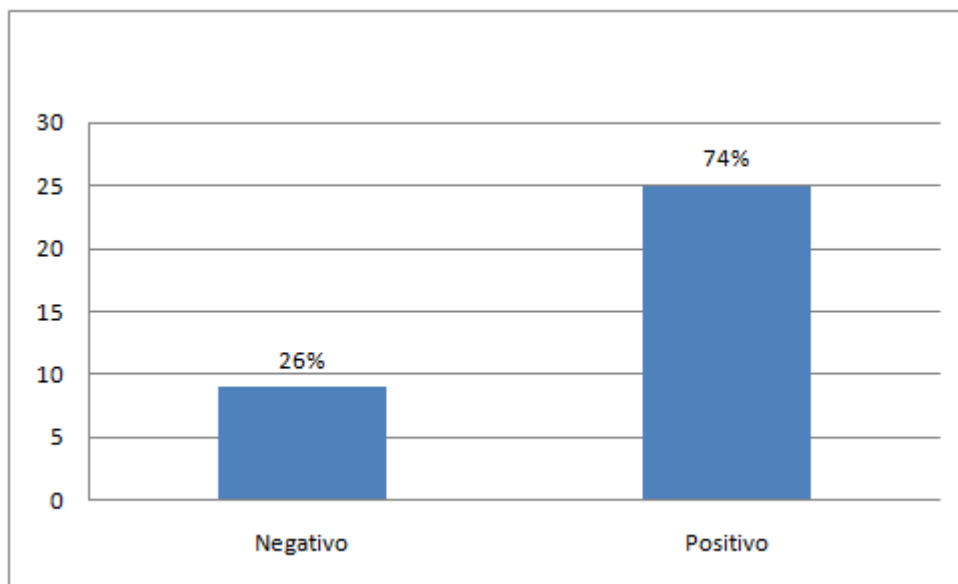


Figura 33. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos positivos e negativos da notícia 1 da categoria esportes..

5.3.1.1 Notícia 1: Sexo das pessoas que utilizaram a opção curtir

O sexo masculino predominou o total de curtidas do post, como mostra a Figura 34.

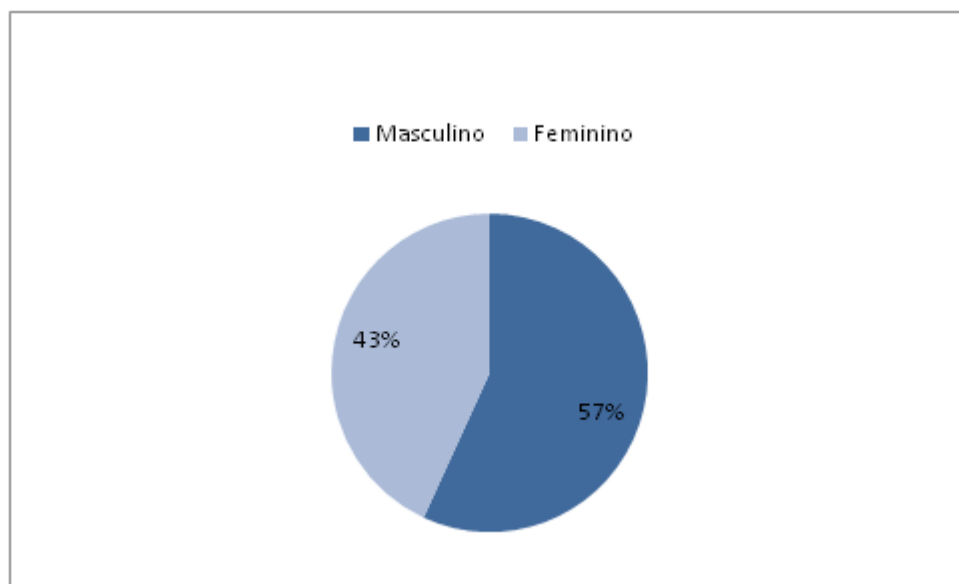


Figura 34. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia 1 da categoria esportes..

5.3.2 Notícia 2: Corinthians lança plano funerário

A segunda notícia da categoria esportes informa sobre o lançamento do plano funerário do Corinthians. O artigo conta os benefícios de quem adquirir o plano. Além do aspecto geral, nenhum outro foi identificado, como mostra a Tabela 16.

Tabela 16. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 2 da categoria esportes.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
Corinthians lança plano funerário com direito a caixão alvinegro e hino em velório.	Geral	Positivo	H	1
			M	2
		Negativo	H	29
			M	30
		Neutro	H	20
			M	16

Do total de comentários analisados foi constatada uma predominância de sentimentos negativos, como mostra a Figura 35.

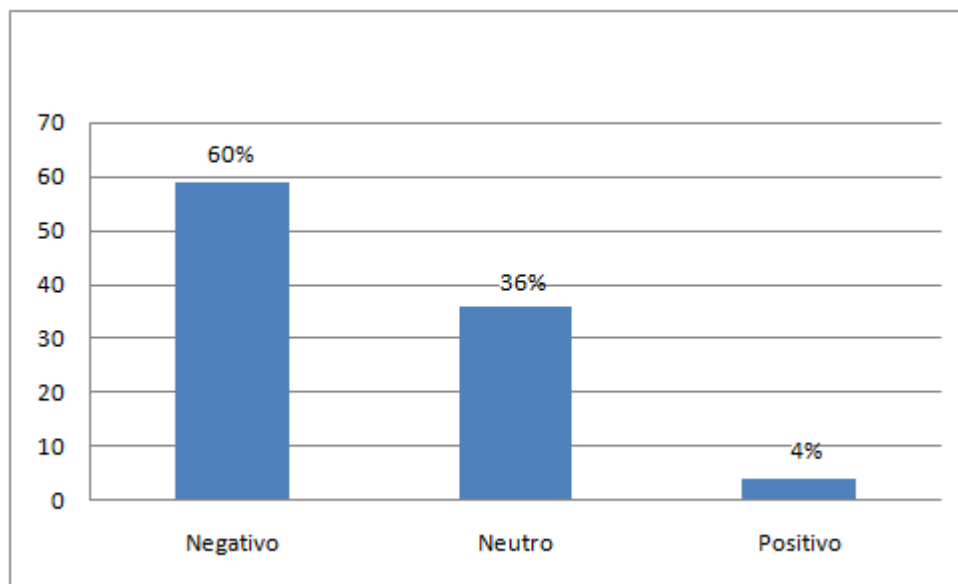


Figura 35. Estatística do aspecto geral da notícia 2 da categoria esportes.

Quando comparados apenas sentimentos negativos e positivos nota-se uma brusca predominância dos negativos, como mostra a Figura 36.

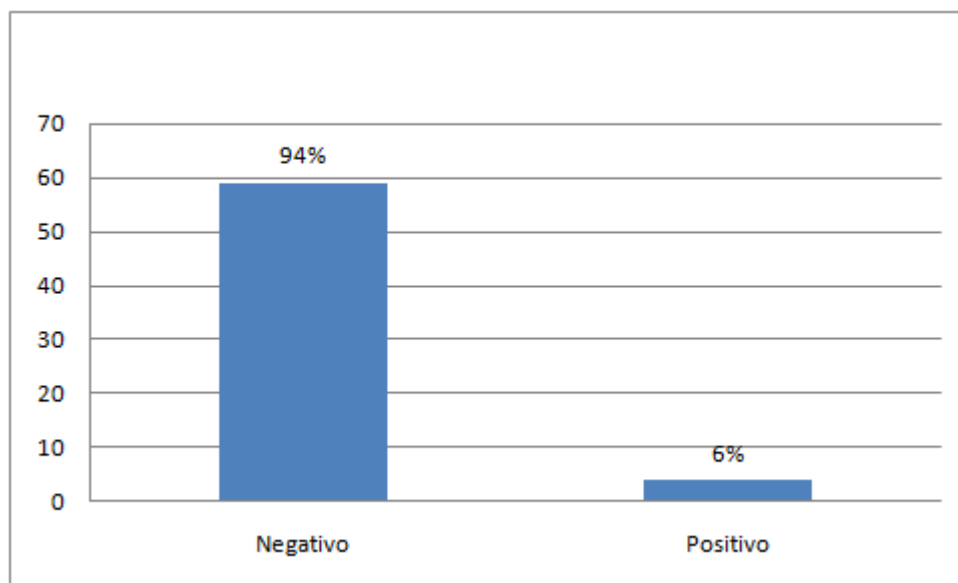


Figura 36. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 2 da categoria esportes.

5.3.2.1 Notícia 2: Sexo das pessoas que utilizaram a opção "curtir"

Da notícia publicada, a opções curtir foi usado mais por pessoas do sexo masculino, como mostra a Figura 37.

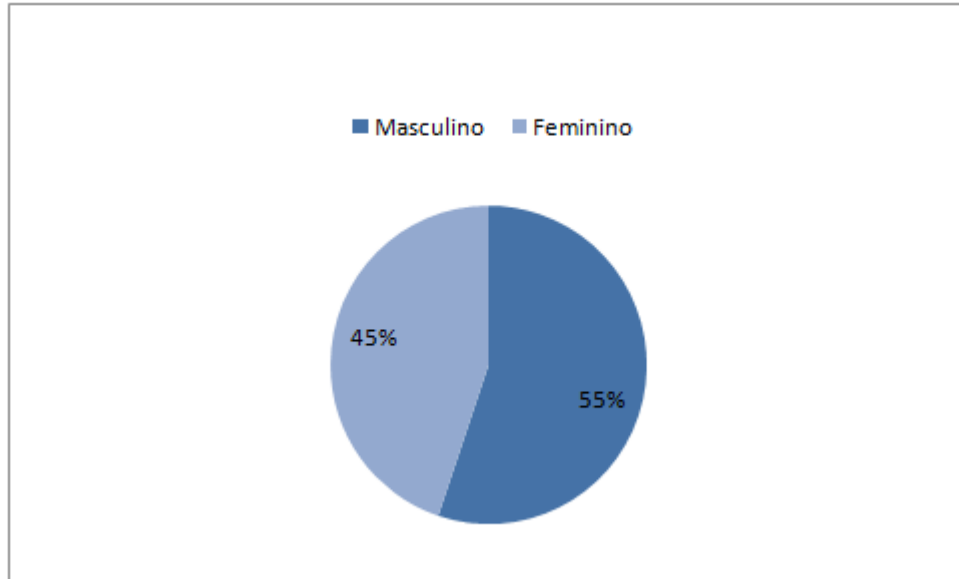


Figura 37. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia 2 da categoria esportes.

5.3.3 Notícia 3: São Paulo mostra vídeo e acusa torcida do Corinthians

A terceira notícia analisada da categoria esportes informa sobre um vídeo que a diretoria do São Paulo mostra para acusar a torcida do Corinthians sobre o começo da briga nos estádios. Foram identificados três aspectos, como mostra a Tabela 17.

Tabela 17. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 3 da categoria esportes.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
São Paulo mostra vídeo e acusa torcida do Corinthians de iniciar briga.	Geral	Positivo	H	8
			M	-
		Negativo	H	22
			M	4
		Neutro	H	25
			M	2
	Torcida São Paulina	Positivo	H	-
			M	-
		Negativo	H	4
			M	1
	Torcida Corintiana	Positivo	H	-
			M	-
		Negativo	H	6
			M	-
	Torcidas Organizadas	Positivo	H	-
			M	-
Negativo		H	11	
		M	3	

Na análise, o aspecto torcida são paulina foi identificado. Nesse aspecto, foram obtidos alguns sentimentos negativos sobre a atitude da torcida do São Paulo, por exemplo, no comentário do leitor 1 é claramente notado um sentimento negativo, ele comentou: "Nada justifica a violência gratuita por parte da torcida do São Paulo".

O aspecto torcida corintiana também foi identificado. Nele, houve alguns sentimentos negativos, por exemplo, o leitor 2, que comentou: "Torcida bandida do Corinthians. Tem que ser banida dos estádios".

O aspecto torcidas organizadas, contam sentimentos negativos em relação a todas as torcidas organizadas, em geral. Por exemplo, o leitor 3 fez o seguinte comentário: "Não interessa quem começou, tem que acabar com essa porcaria de torcida organizada". Os comentários de sentimento neutro foram predominantes, como mostra a Figura 38.

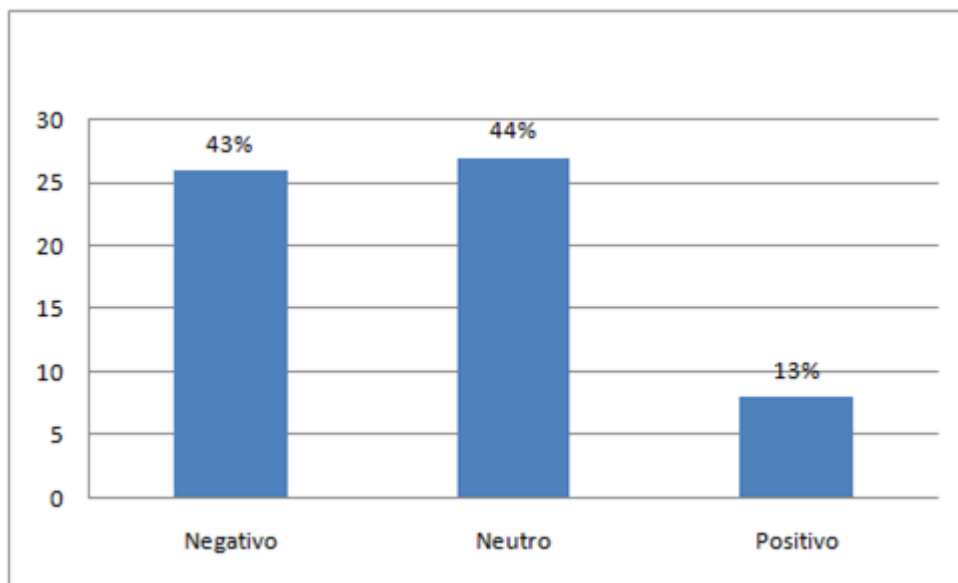


Figura 38. Estatística do aspecto geral da notícia 3 da categoria esportes.

O sentimento negativo predomina em relação a notícia quando comparado aos positivos, como ilustra a Figura 39.

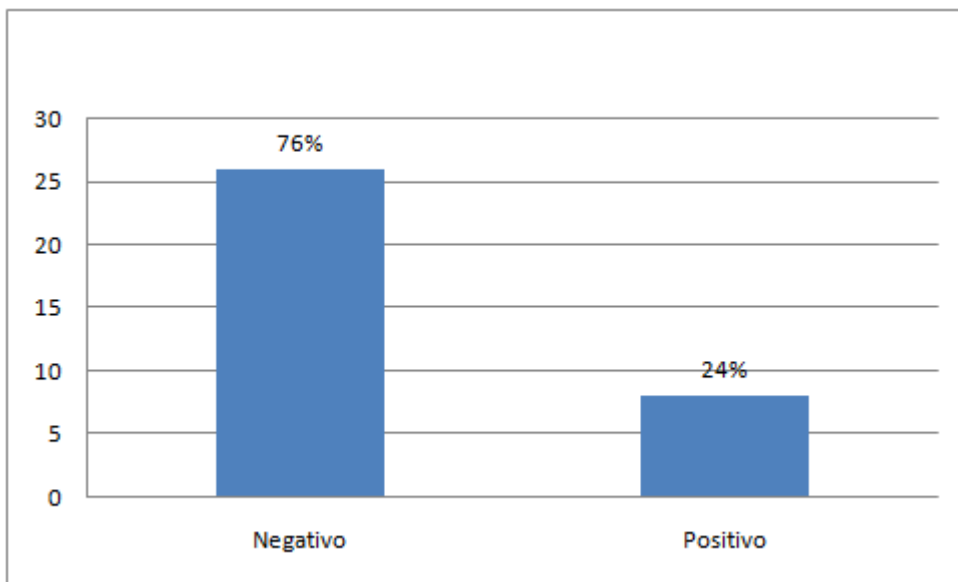


Figura 39. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 3 da categoria esportes.

5.3.3.1 Notícia 3: Sexo dos usuários que curtiram o post

Das pessoas que curtiram o post publicado, uma considerável parte é do sexo masculino, como mostra a Figura 40.

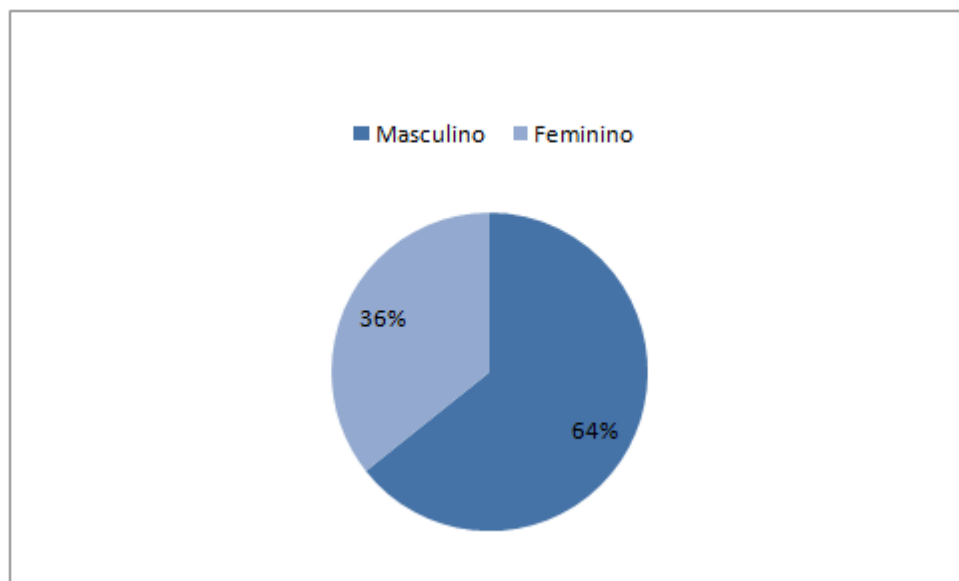


Figura 40. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia 3 da categoria esportes.

5.3.4 Notícia 4: Corinthians decide manter Tite como técnico

A última notícia da categoria esportes informa sobre a permanência do técnico Tite no comando do Corinthians. Em geral, apenas um aspecto foi identificado, como é mostrado no Tabela 18.

Tabela 18. Comentários, aspectos, sentimentos da notícia 4 da categoria esportes.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
Após reunião da cúpula do clube, Corinthians decide manter Tite como técnico	Geral	Positivo	H	11
			M	6
		Negativo	H	6
			M	1
	Neutro	H	14	
		M	3	
	Tite	Positivo	H	5
			M	-
Negativo		H	-	
		M	-	

Na análise, o aspecto Tite foi identificado. Nele, houve comentários positivos sobre o técnico do Corinthians, por exemplo, o leitor 1 comentou: "Tite é lenda, esse é mito", expressando um sentimento positivo sobre a pessoa Tite.

Do total de comentários do aspecto geral, o sentimento positivo predominou como mostra a Figura 41.

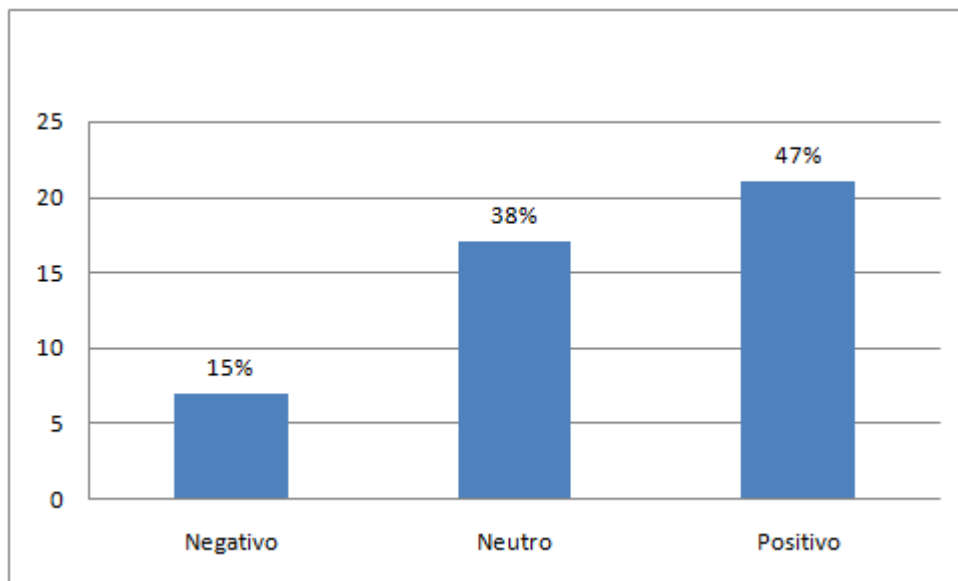


Figura 41. Estatística do aspecto geral da notícia 3 da categoria esportes.

O sentimento positivo comparado ao negativo teve uma porcentagem de 75% do total, como mostra a Figura 42.

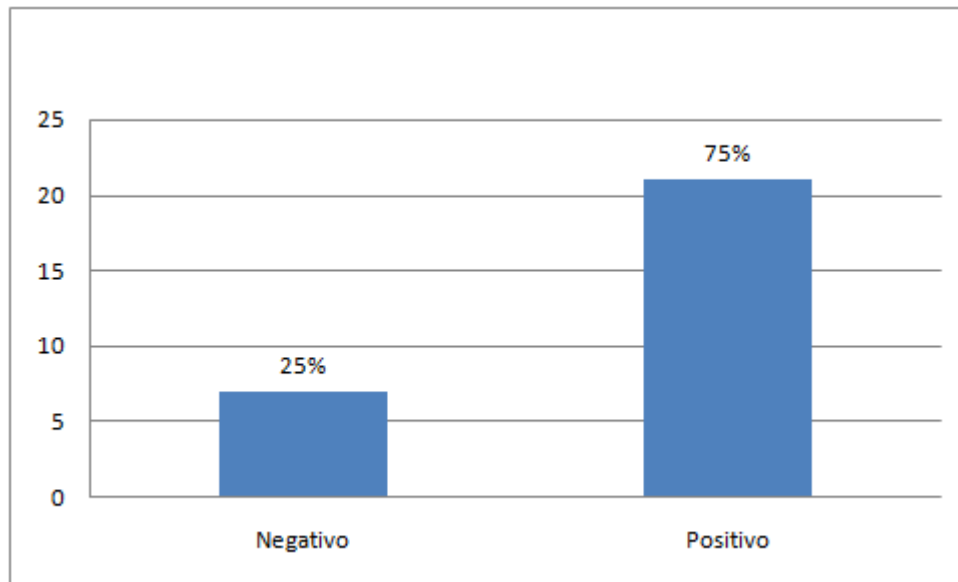


Figura 42. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 3 da categoria esportes.

5.3.4.1 Notícia 4: Sexo das pessoas que curtiram o post

Das pessoas que curtiram a publicação, 52% são do sexo feminino, como mostra a Figura 43.

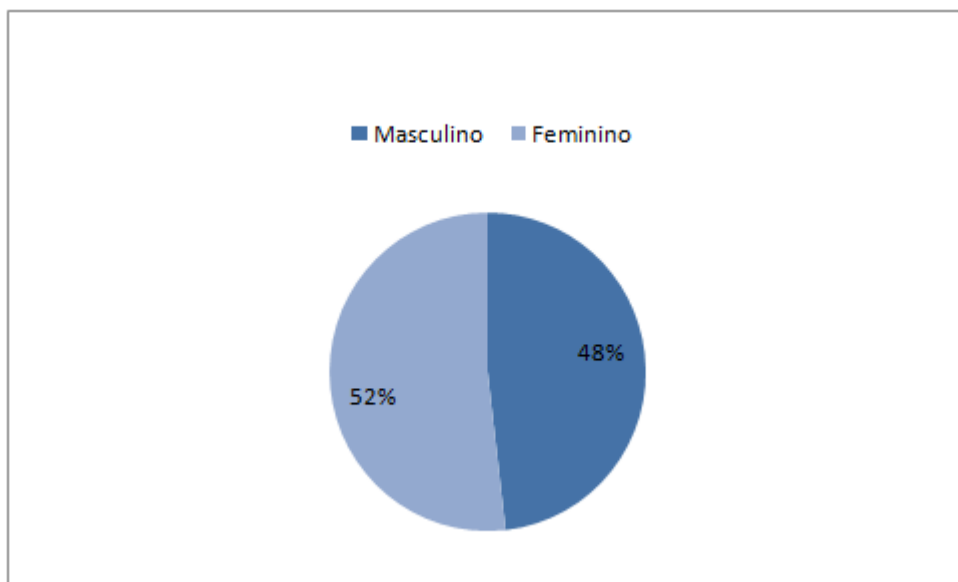


Figura 43. Estatística do sexo das pessoas que utilizaram a relação curtir com a notícia 3 da categoria esportes.

5.3.5 Análise geral da categoria

Após o fim da categoria Esporte, foi feita uma análise geral incluindo os comentários e os sentimentos, levando em consideração o sexo de quem comentou e curtiu as publicações. Em geral, foi constatada uma considerável predominância de comentários de sentimento negativo, conforme mostra o Tabela 19.

Tabela 19. Análise geral de comentários por sexo.

Categoria	titulo	Negativo	Positivo
Esporte 1	Bósnios	9	25
Esporte 2	Corinthians	59	4
Esporte 3	SP	26	8
Esporte 4	Tite	7	21
Total		101	58

Em geral, os homens comentaram mais nas publicações da categoria, tanto com sentimentos negativos quanto positivos, conforme a Tabela 20.

Tabela 20. Análise geral dos comentários e o sexo de quem comentou.

Categoria	Título	Geral			
		Negativo		Postivo	
		homem	mulher	homem	mulher
Esporte 1	Bósnios	14	12	34	17
Esporte 2	Corinthians	29	30	1	2
Esporte 3	SP	22	4	8	0
Esporte 4	Tite	6	2	11	6
Total		71	48	54	25
Total geral		Homens		Mulheres	
		125		73	

O sexo predominante das pessoas que curtiram as publicações da categoria é o masculino, conforme a Tabela 21.

Tabela 21. Análise geral do sexo das pessoas que curtiram as publicações da categoria.

Categoria	Título	Homem	Mulher
Esporte 1	Bósnios	566	430
Esporte 2	Corinthians	547	445
Esporte 3	SP	241	134
Esporte 4	Tite	414	445
Total		1768	1454

5.4 Poder

Nesta seção são apresentados os resultados da análise dos comentários das notícias da seção de poder da Folha de São Paulo. As notícias são do dia 16 de outubro de 2013, e os comentários foram realizados entre os dias 16 e 17 de outubro de 2013.

5.4.1 Notícia 1: Dilma multiplica viagens e entrega casas sem água e luz

A primeira notícia analisada da categoria Poder informa sobre a presidente Dilma, que entregou casas populares sem água e luz e multiplicou suas viagens pelo mundo. Foram encontrados dois aspectos diferentes e seus sentimentos, como mostra a Tabela 22.

Tabela 22. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia da notícia 1 da categoria poder.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
Dilma multiplica viagens e entrega casas sem água e luz. Presidente passou 51 dias do ano em deslocamento pelo país.	Geral	Positivo	H	2
			M	1
		Negativo	H	33
			M	30
		Neutro	H	14
			M	12
	Dilma	Positivo	H	2
			M	1
		Negativo	H	23
			M	17
	Folha de São Paulo	Positivo	H	-
			M	-
Negativo		H	7	
		M	4	

O primeiro aspecto encontrado foi sobre a Dilma. Os comentários obtidos nesse aspecto tiveram sentimentos diretamente relacionados à ela. Por exemplo, o leitor 1 comentou: "Dilma, a maior mentirosa do país depois do Lula". No comentário analisado, fica claro um sentimento negativo à Dilma. Porém, alguns comentaram a favor, como o leitor 2, que afirmou: "Mentira ou não, a Dilma esta em primeiro lugar nas pesquisas", defendendo a presidente. Nesse aspecto, o sentimento negativo predominou, possuindo quarenta contra três positivos, como visto na Tabela 23.

Outro aspecto encontrado foi sobre a Folha de São Paulo. Nele, foram analisados comentários de sentimento negativo em relação ao jornal. Por exemplo, o leitor 3 comentou: "Folha desinformada como sempre".

Em geral, os comentários de sentimento negativo atingiram o topo do total analisado, como ilustrado na Figura 44.

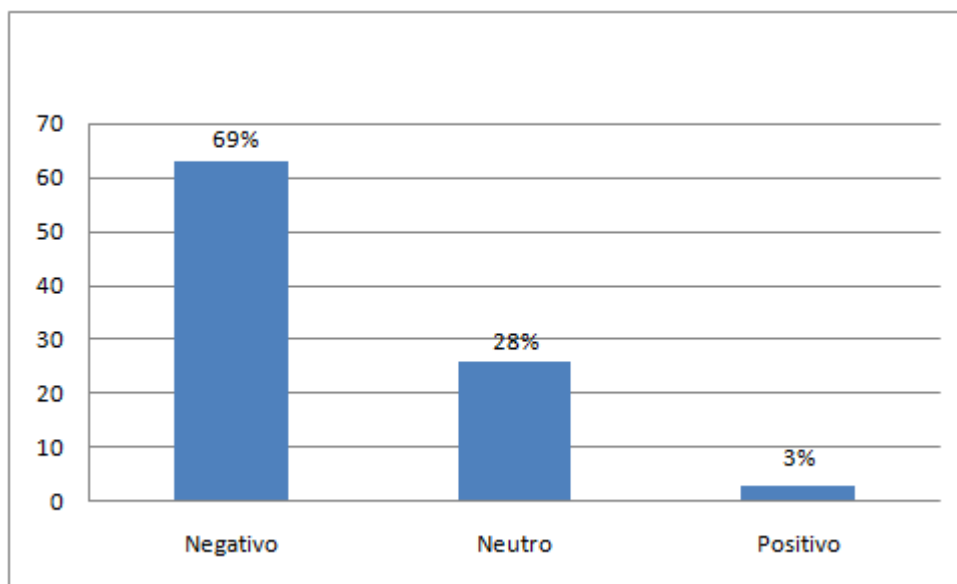


Figura 44. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 1 da categoria poder.

Quando comparados os sentimentos positivos e negativos, os negativos atingem mais de 90% do total analisado, mostrado na Figura 45.

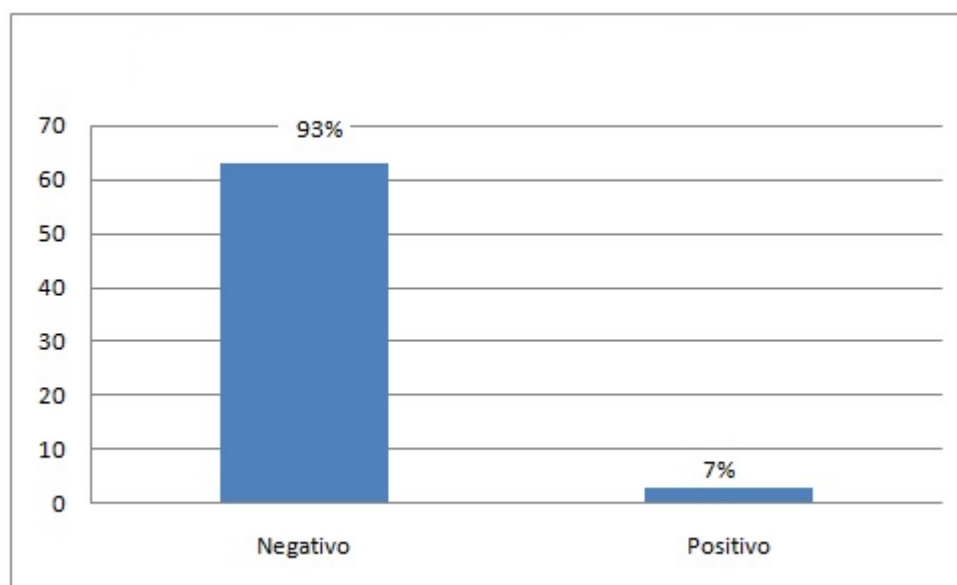


Figura 45. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 1 da categoria poder.

5.4.1.1 Notícia 1: Sexo das pessoas que curtiram o post

O sexo predominante das pessoas que curtiram a publicação é masculino, como mostrado na Figura 46.

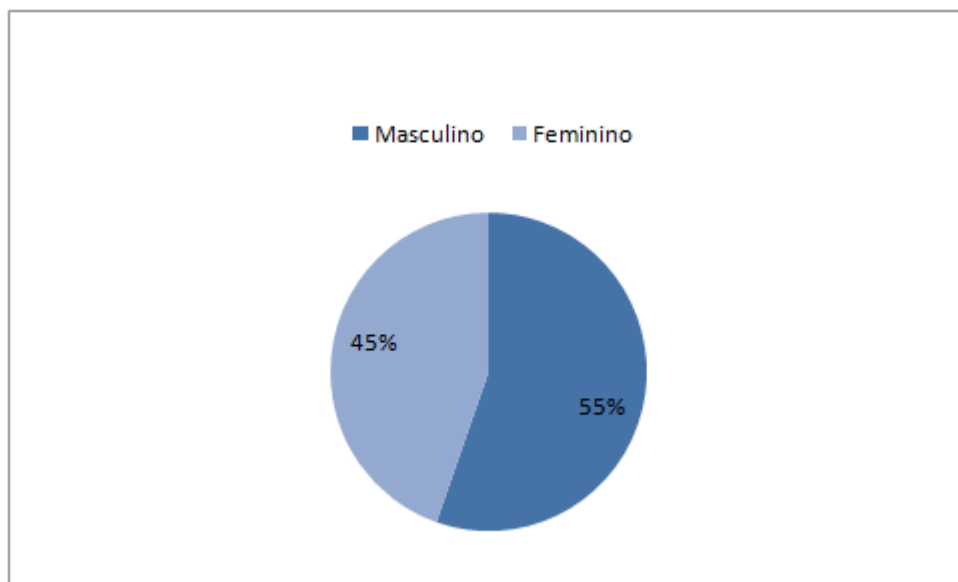


Figura 46. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia.

5.4.2 Notícia 2: Lula pede apoio aos petistas

A segunda notícia analisada da categoria Poder informa sobre um pedido do ex-presidente Lula. A notícia conta que ele pediu aos petistas para usarem a internet e defender o governo. Em geral, foram obtidos dois aspectos, como mostra a Tabela 23.

Tabela 23. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 2 da categoria poder.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
Lula pede que petistas usem a internet para defender o governo.	Geral	Positivo	H	1
			M	-
		Negativo	H	25
			M	18
		Neutro	H	31
			M	17
	Lula	Positivo	H	-
			M	-
		Negativo	H	9
			M	18
	PT	Positivo	H	-
			M	-
Negativo		H	12	
		M	1	

No aspecto Lula, foram obtidos comentários diretos ao ex-presidente, a maioria com palavras de baixo calão, obtendo-se apenas sentimentos negativos.

O outro aspecto identificado, o PT também obteve apenas sentimentos negativos. Por exemplo, o leitor 1 comentou: "Lula ladrão, fora PT". No comentário, ele fez uma crítica tanto ao aspecto Lula como pessoa, quanto ao partido PT.

Os comentários neutros obtiveram mais da metade dos sentimentos, como mostra a Figura 47.

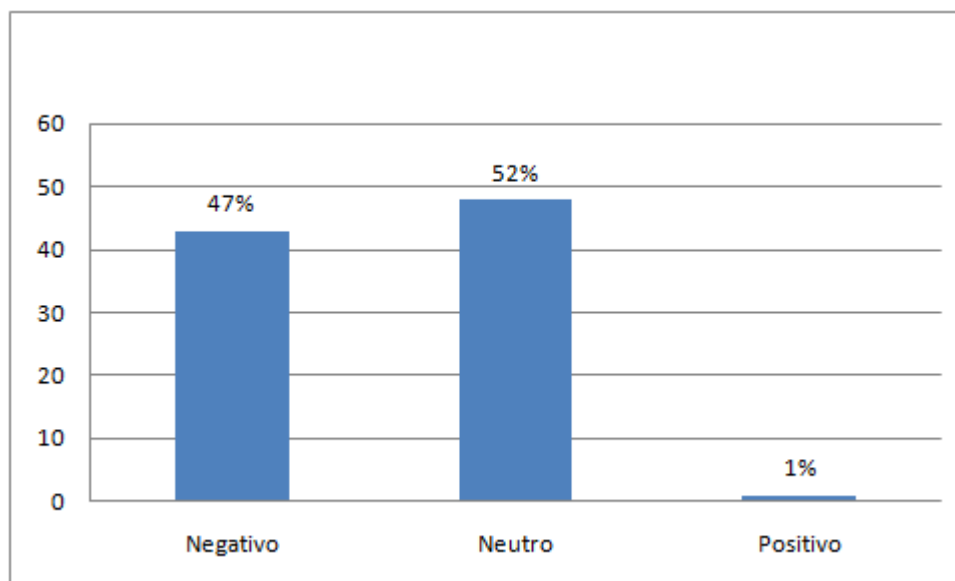


Figura 47. Estatística do aspecto geral da notícia 2 da categoria poder.

Quando levado em consideração apenas comentários de sentimento negativo e positivo, os negativos somam quase 100% dos sentimentos, como mostra a Figura 48.

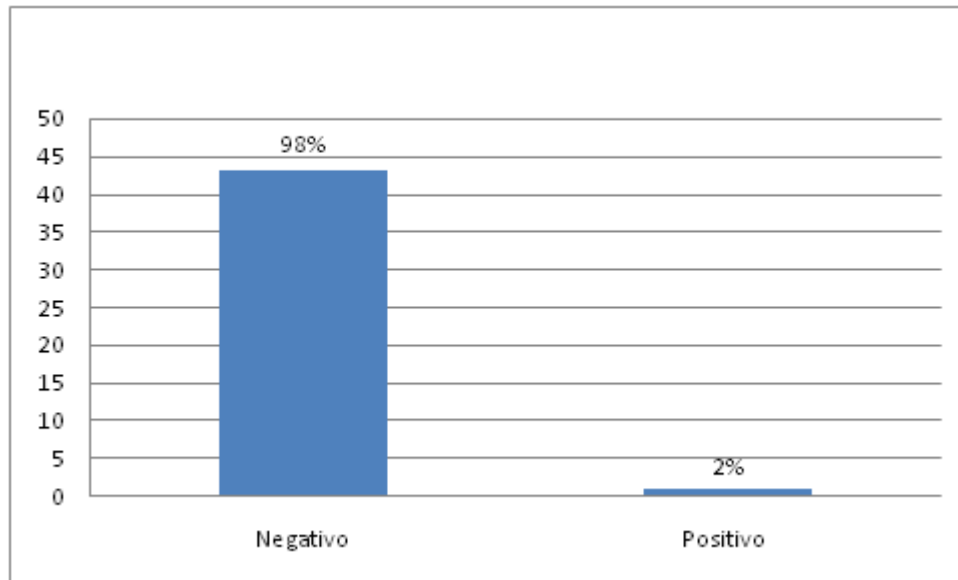


Figura 48. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 2 da categoria poder.

5.4.2.1 Notícia 2: Sexo das pessoas que curtiram a notícia

O sexo predominante das pessoas que curtiram a publicação é o masculino, como mostra a Figura 49.

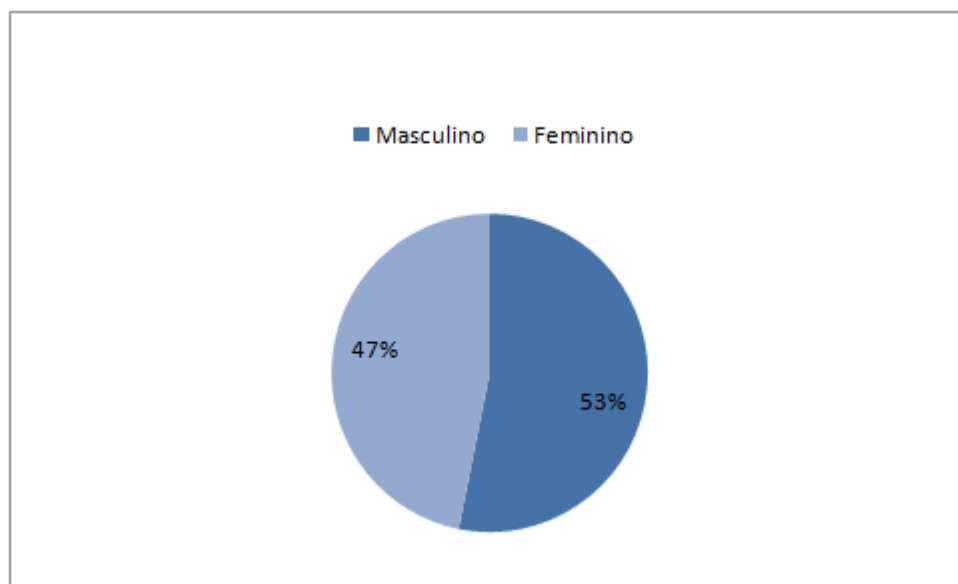


Figura 49. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia.

5.4.3 Notícia 3: Você é de Direita ou Esquerda?

Nessa notícia, a Folha de São Paulo fez um teste em sua página online para descobrir o perfil de seus leitores. No site, você respondia algumas perguntas e no final, saía o resultado de seu perfil político. Foram encontrados dois aspectos, conforme a Tabela 24.

Tabela 24. Comentários, aspectos e sentimentos da notícia 3 da categoria poder.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
Você é de Direita ou Esquerda? Faça o teste montado pela equipe da Folha Poder e descubra.	Geral	Positivo	H	1
			M	-
		Negativo	H	50
			M	9
		Neutro	H	17
			M	18
	Folha de S. Paulo	Positivo	H	-
			M	-
		Negativo	H	14
			M	5
	Esquerda	Quantidade	H	4
			M	1
Direita	Quantidade	H	5	
		M	3	

O aspecto folha de São Paulo é o mesmo das outras notícias, nele foi detectado sentimentos negativos em relação ao jornal. Já o aspecto Lado Político conta com os comentários das pessoas que fizeram o teste online, ou demonstram sua posição política. Por exemplo, o leitor 1 comentou: "Não preciso nem fazer o teste, sou DIREITAA". Mostrando seu lado político. Já o leitor 2 comentou: "Esquerda", mostrando que é da posição esquerda. No total, foram obtidos cinco comentários do aspecto Direita e oito do aspecto Esquerda, como mostra a Tabela 25.

Na notícia geral, foi obtido mais de metade de sentimentos neutros, como visto na Figura 50.

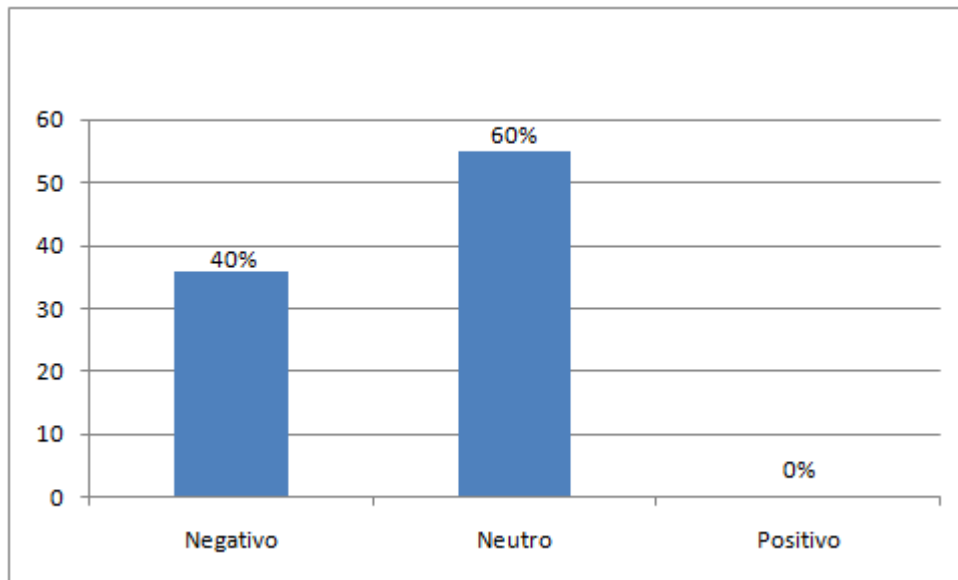


Figura 50. Estatística do aspecto geral da notícia 3 da categoria poder.

Quando os sentimentos negativos são comparados aos positivos, eles obtêm 100% do total analisado.

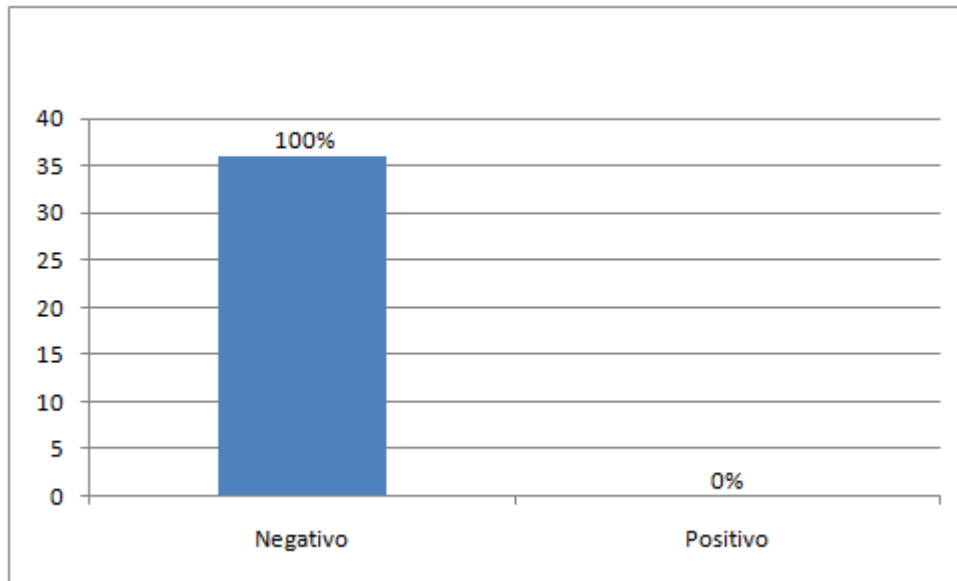


Figura 51. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 3 da categoria poder.

5.4.3.1 Notícia 3: Sexo

O sexo masculino predominou, sendo a maioria do sexo das pessoas que curtiram a publicação, como mostrado na Figura 52.

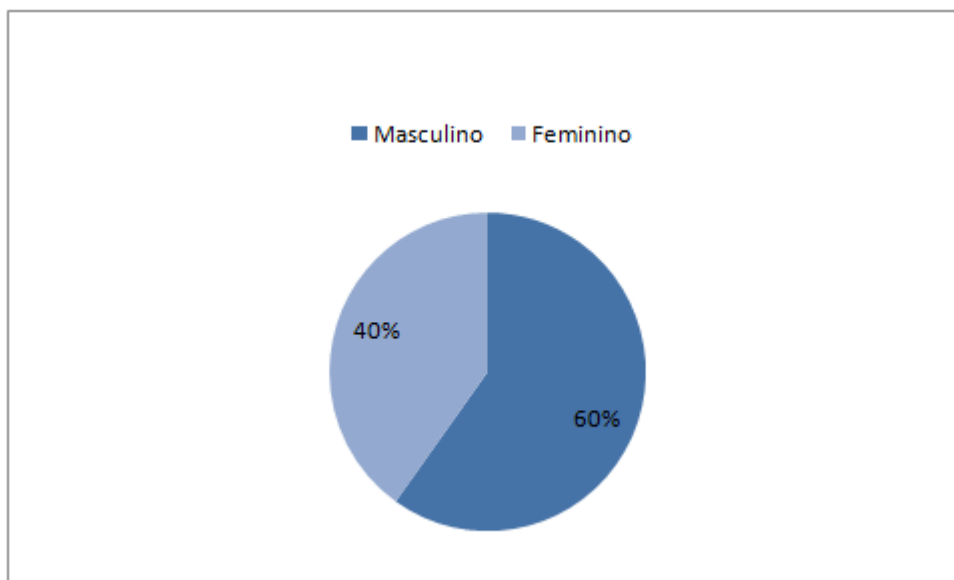


Figura 52. Estatística do sexo das pessoas que curtiram a notícia 3 da categoria poder.

5.4.4 Notícia 4: Crise de expectativa

A última notícia analisada da categoria Poder, informa sobre o político Campos, que afirma que não está preocupado com o segundo turno. Na análise foram obtidos dois aspectos, conforme a Tabela 25.

Tabela 25. Notícia, aspectos e sentimentos da notícia 4 da categoria poder.

Título	Aspectos	Sentimento	Sexo	Qtd
Os outros é que devem pensar em quem vão apoiar no segundo turno, diz Campos.	Geral	Positivo	H	1
			M	2
		Negativo	H	37
			M	9
		Neutro	H	18
			M	8
	Dilma	Positivo	H	1
			M	-
		Negativo	H	4
			M	2
	Campos	Positivo	H	4
			M	3
Negativo		H	25	
		M	5	

O primeiro aspecto identificado é sobre a presidente Dilma. Nele, algumas pessoas fizeram comentários diretamente à presidente como pessoa, na qual foi constatado seis comentários com sentimentos negativos e apenas um com sentimento positivo.

Já o outro aspecto é sobre o político Campos. Nele, foram constatado comentários de sentimentos positivos e negativos, sendo trinta negativos e sete positivos, todos com palavras diretas ao político.

Os comentários de sentimentos negativos atingiram a maioria, como mostra a Figura 53.

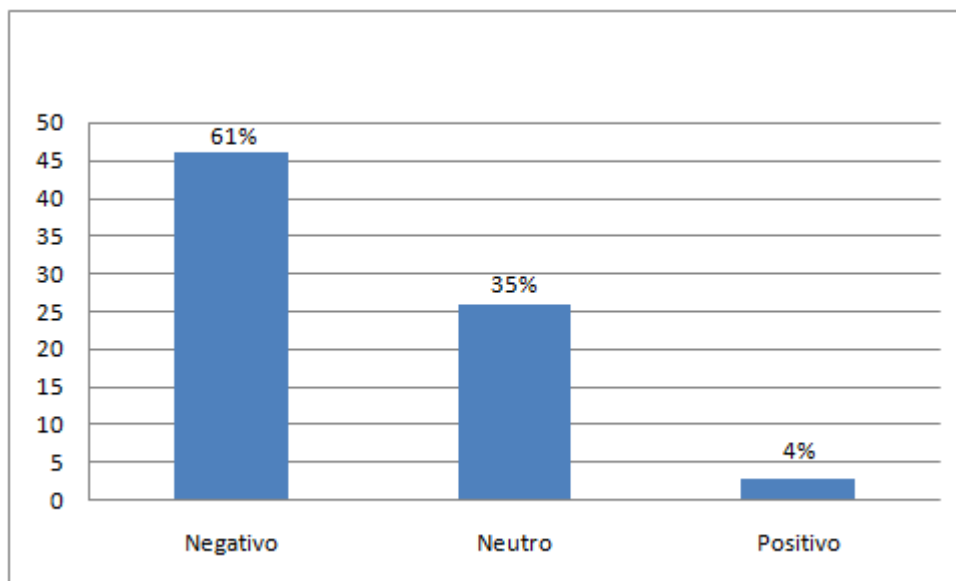


Figura 53. Estatística do aspecto geral da notícia 4 da categoria poder.

Já quando o sentimento positivo é comparado ao negativo, ele obtém pequena percentagem do total analisado, como mostra a Figura 54.

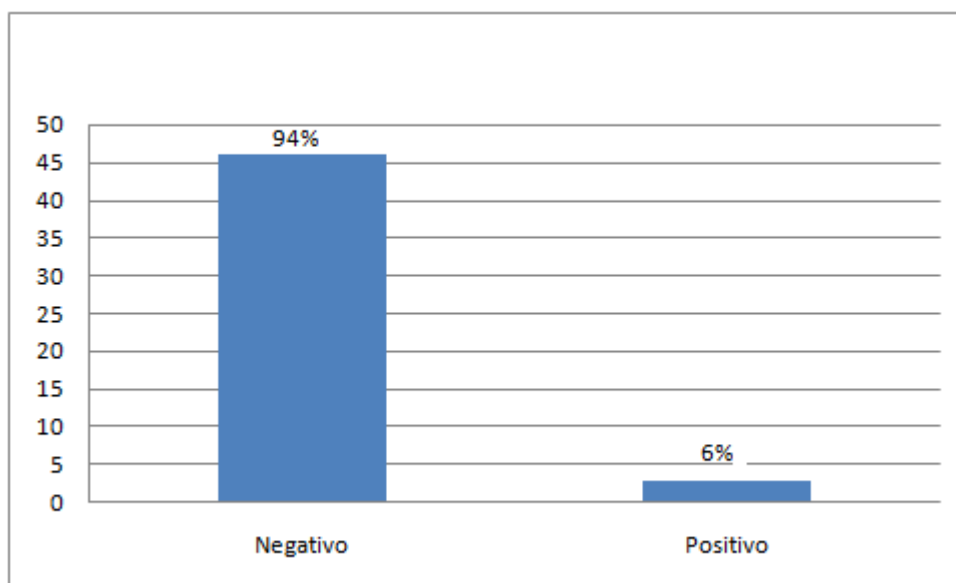


Figura 54. Estatística do aspecto geral, levando em consideração apenas sentimentos negativos e positivos da notícia 4 da categoria poder.

5.4.4.1 Notícia 4: Sexo das pessoas que curtiram a notícia

O sexo predominante das pessoas que curtiram a publicação é o masculino, como mostra a Figura 55.

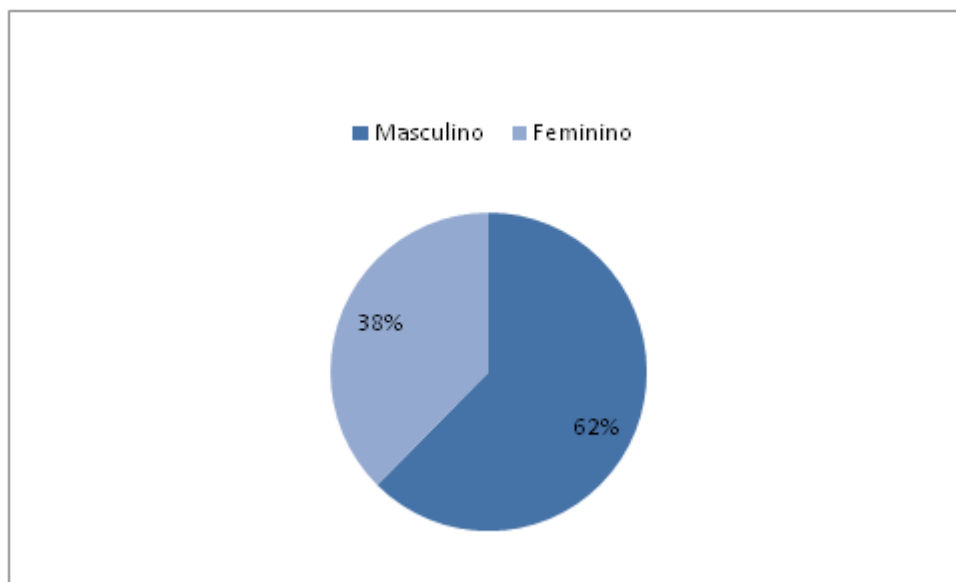


Figura 55. Estatística do sexo das pessoas que utilizaram a opção curtir na notícia 4 da categoria poder.

5.4.5 Análise geral da categoria

Depois do término da categoria, foram analisados dados gerais, incluindo os comentários e sentimentos, levando em consideração o sexo das pessoas que comentaram e curtiram as publicações da categorial. No geral, os comentários negativos atingiram uma grande proporção do total, conforme a Tabela 26.

Tabela 26. Análise dos sentimentos gerais da análise.

		Geral	
Categoria	titulo	Negativo	Positivo
Poder 1	Dilma	63	3
Poder 2	Lula	43	1
Poder 3	esq/dir	36	0
Poder 4	crise expectativa	46	3
Total		188	7

O sexo masculino predominou os comentários, tanto nos sentimentos positivos, quanto nos negativos, como mostra a Tabela 27.

Tabela 27. Comentários, sentimentos e o sexo geral da categoria.

		Geral			
Categoria	Título	Negativo		Postivo	
		homem	mulher	homem	mulher
Poder 1	Dilma	33	30	2	1
Poder 2	Lula	25	18	1	0
Poder 3	esq/dir	27	9	0	0
Poder 4	crise expectativa	37	9	1	2
Total		122	66	4	3
Total geral		Homens		Mulheres	
		126		69	

O sexo masculino atingiu a maioria do total de pessoas que utilizaram a relação curtir com as publicações, como visto na Tabela 28.

Tabela 28. Sexo das pessoas que curtiram as publicações da categoria.

Categoria	titulo	Homem	Mulher
Poder 1	Dilma	550	444
Poder 2	Lula	529	467
Poder 3	esq/dir	596	400
Poder 4	crise expectativa	204	123
Total		1879	1434

6 Discussão

Nesse capítulo, são discutidos os resultados obtidos no capítulo anterior, para concluir a pesquisa. Depois do término da análise separada por categorias, foram levantados alguns dados gerais da pesquisa em si. Levando em consideração todas as publicações analisadas e suas categorias, foi constatado que o sentimento negativo é predominante, conforme mostrado com mais detalhes na Tabela 29.

Tabela 29. Sentimentos gerais da pesquisa.

Geral								
Categoria	titulo	Negativo	Positivo		Categoria	titulo	Negativo	Positivo
Cotidiano 1	protestos	38	22		Esporte 1	Bósnios	9	25
Cotidiano 2	horario verão	41	24		Esporte 2	Corinthians	59	4
Cotidiano 3	policiais	26	51		Esporte 3	SP	26	8
Cotidiano 4	gays	73	13		Esporte 4	Tite	7	21
Total		178	110		Total		101	58
Categoria	titulo	Negativo	Positivo		Categoria	titulo	Negativo	Positivo
Poder 1	Dilma	63	3		Tecnologia 1	Apple	14	5
Poder 2	Lula	43	1		Tecnologia 2	Play 4 \$\$	59	1
Poder 3	esq/dir	36	0		Tecnologia 3	Óculos google	43	3
Poder 4	crise expectativa	46	3		Tecnologia 4	jogadores videogame	30	29
Total		188	7		Total		146	38
Total geral								
Negativos					Positivos			
613					213			

Também foi constatado que, de uma forma geral o sexo masculino é o que mais expõe sua opinião, seja ela com sentimento positivo ou negativo, conforme a Tabela 30.

Tabela 30. Sentimentos e sexo da análise geral.

Geral											
Categoria	titulo	negativo		positivo		Categoria	titulo	negativo		positivo	
		homem	mulher	homem	mulher			homem	mulher	homem	mulher
Cotidiano 1	protestos	31	7	14	8	Esporte 1	Bósnios	14	12	34	17
Cotidiano 2	horario verão	13	28	9	15	Esporte 2	Corinthians	29	30	1	2
Cotidiano 3	policiais	12	14	34	17	Esporte 3	SP	22	4	8	0
Cotidiano 4	gays	41	30	12	1	Esporte 4	Tite	6	2	11	6
Total		97	79	69	41	Total		71	48	54	25
Categoria	titulo	negativo		positivo		Categoria	titulo	negativo		positivo	
		homem	mulher	homem	mulher			homem	mulher	homem	mulher
Tecnologia 1	Apple	10	4	3	2	Poder 1	Dilma	33	30	2	1
Tecnologia 2	Play 4 \$\$	50	9	1	0	Poder 2	Lula	25	18	11	0
Tecnologia 3	Óculos google	30	13	2	1	Poder 3	esq/dir	27	9	0	0
Tecnologia 4	jogadores videogame	23	7	26	3	Poder 4	crise expectativa	37	9	1	2
Total		113	33	32	6	Total		122	66	14	3
Total (Sexo/sentimento)											
Homens/Negativo		Homens/Positivos				Mulheres/Negativo		Mulheres/Positivos			
403		169				226		75			
Total geral											
Masculino						Feminino					
572						301					

Foi constatado que o sexo que mais curte as publicações da Folha de São Paulo, de uma forma geral é o masculino. Durante a análise, 7204 homens curtiram as notícias analisadas, conforme mostra a Tabela 31.

Tabela 31. Sexo das pessoas que curtiram todas as publicações em geral.

Categoria	titulo	Homem	Mulher	Categoria	titulo	Homem	Mulher
Esporte 1	Bósnios	566	430	Cotidiano 1	protestos	380	272
Esporte 2	Corinthians	547	445	Cotidiano 2	horario verão	355	636
Esporte 3	SP	241	134	Cotidiano 3	policiais	567	426
Esporte 4	Tite	414	445	Cotidiano 4	gays	529	467
Total		1768	1454	Total		1831	1801
Categoria	titulo	Homem	Mulher	Categoria	titulo	Homem	Mulher
Poder 1	Dilma	550	444	Tecnologia 1	Apple	146	160
Poder 2	Lula	529	467	Tecnologia 2	Play 4 \$\$	704	291
Poder 3	esq/dir	596	400	Tecnologia 3	Óculos google	122	145
Poder 4	crise expectativa	204	123	Tecnologia 4	jogadores videogame	754	242
Total		1879	1434	Total		1726	838
Total geral							
Masculino				Feminino			
7204				5527			

Na categoria Tecnologia, foi constatado notícias sobre três empresas: Google, Apple e Sony. Apesar dos comentários apresentarem uma grande proporção de sentimentos negativos, pouca parte deles era direcionada ao aspecto da empresa. Por exemplo, na primeira notícia analisada da categoria, falava sobre o preço do lançamento do Playstation 4 no Brasil, que sairia por R\$3,999 reais. A maioria dos comentários que indicavam sentimentos negativos eram relacionados à notícia, logo ao preço, e não a empresa em si. Os aspectos das empresas Google, Sony e Apple obtiveram sentimentos negativos, porém foi minoria.

Nesta categoria, também foi constatado uma superioridade de comentários vindos de homens, assim como a opção curtir, que foi utilizada na maior parte por eles. Porém, quando analisados o sentimento vindo das pessoas do sexo feminino, é identificada uma proporção maior de comentários negativos. Por exemplo, os sentimentos vindos do sexo masculino totalizaram 76%, enquanto os vindos do sexo feminino somaram 85%. Com isso, fica claro que as mulheres tendem a comentar negativamente as publicações de tecnologia.

Na categoria Cotidiano, foi possível constatar uma superioridade de comentários vindos do sexo masculino, mais como na categoria de tecnologia, as mulheres mesmo fazendo menos comentários que os homens, utilizaram mais o sentimento negativo. Por exemplo, os homens, na categoria geral, 58% dos comentários foram negativos, enquanto que 66% dos comentários femininos foram negativos. Também se notou que a notícia 2 da categoria Cotidiano, na qual descrevia sobre o começo do horário de verão, foi a única que as mulheres superaram o número de comentários e curtidas masculinas, mostrando que elas possuem um interesse maior nesse assunto. Na notícia 3 da categoria, foi constatado um grande número de comentários positivos, ultrapassando mais da metade do geral. A notícia que informa sobre o uso de armas letais nos protestos obteve inúmeros comentários que apoiaram essa atitude dos policiais, mostrando outro lado dos protestos. Muitas pessoas comentavam contra os manifestantes e até utilizavam palavras imorais para descrevê-los. Também nessa categoria, foi constatado que 50% das notícias analisadas possuíram o aspecto Folha de São Paulo, com críticas ao jornal.

Na categoria Esporte, constatou-se uma superioridade maior nas interações do sexo masculino. Do total de comentários, 63% vieram de homens, mostrando que eles por sua vez, possuem um interesse maior nas notícias de esporte. Entretanto, assim como nas categorias discutidas acima, as mulheres possuíram uma taxa de sentimentos negativo maior, obtendo 66% do total. Já os homens, por sua vez comentaram com sentimentos negativos 57%. Além disso, nas notícias de times brasileiros foram constatadas muitas sátiras e palavras imorais, principalmente entre torcidas.

Na categoria Poder, duas notícias possuíram o aspecto Folha de São Paulo, assim como na categoria Cotidiano, mostrando que, elas são as categorias que mais tendem a ter sentimentos negativos ao jornal. Nessa categoria, também foi constatado o maior número de sentimentos negativos, tanto dos homens quanto das mulheres. A análise mostrou que, os sentimentos vindos dos homens, do total, 90% é negativo e as mulheres por sua vez, atingem a marca de 96%, confirmando ser a categoria com mais número de críticas. Também nessa categoria foi constatada uma grande rivalidade entre lados políticos, além de comentários imorais.

Em geral, a análise feita confirmou a superioridade de homens se relacionando com a página corporativa analisada, no total, apenas 35% dos comentários é feito por mulheres, enquanto os homens possuem 66%. De forma geral os homens comentaram mais, porém, os seus comentários obtêm em 70% sentimentos negativos, enquanto as mulheres obtêm 75%.

Concluiu-se que uma grande parte das notícias publicadas possui sentimento negativo. No total, 84% das notícias analisadas possuíam mais sentimentos negativos do que positivos. Também se concluiu que as mulheres possuem uma tendência de sentimentos negativos maiores do que os homens. Em geral, a Folha de São Paulo recebeu críticas em notícias que a mensagem expressava uma avaliação, por exemplo, na notícia 1 da categoria cotidiano, a mensagem do post diz: "Protestos terminam em confronto e atos de vandalismo", já na introdução da notícia, o jornal dá um adjetivo aos manifestantes, chamando indiretamente de vândalos. Isso é o que gera comentários negativos ao próprio jornal, notícias desse perfil, tendem a ter mais críticas ao aspecto da empresa que publicou.

7 Conclusão

Com o fim do trabalho proposto, pode-se concluir que existe um grande fluxo de dados disponíveis e sem restrições nas redes sociais. O usuário ao se relacionar, pode fornecer informações importantes, tais como uma crítica, um elogio, opinião ou sugestão. Essas informações, depois de extraídas e analisadas, trouxeram resultados úteis, tais que as empresas possam utilizar para conhecer mais sobre a opinião de seus clientes, sobre um assunto determinado ou não por ela. Ao final da pesquisa, concluiu-se que:

- ✓ Existe um grande fluxo de pessoas se relacionando com páginas corporativas todos os dias;
- ✓ No Facebook, alguns dados sobre o usuário ficam restritos na rede, impossibilitando uma análise mais profunda.
- ✓ A análise de sentimentos possibilita identificar aspectos e sentimentos de cada comentário analisado;
- ✓ A análise de conteúdo é essencial para a organização e qualificação dos dados da pesquisa, ajudando na obtenção dos resultados.
- ✓ Os resultados obtidos podem ser satisfatórios e ajudar as empresas a obter informações que antes não eram explícitas;
- ✓ Os dados analisados podem ajudar na criação de campanhas de marketing.
- ✓ Por meio dos resultados, também é possível aplicar mudanças no comportamento da página corporativa a fim de cativar os usuários.

Além disso, a pesquisa possibilitou que as empresas através de sua página no Facebook, possam saber o que se passa entre os comentários e saber mais o perfil de seus leitores que curtem artigos publicados. Por fim, a análise foi realizada de acordo com as técnicas propostas, obtendo-se os resultados almejados. Ao final da pesquisa, são identificadas propostas de trabalhos futuros para aprimorar a pesquisa. Entre os trabalhos futuros estão:

- ✓ Realização de um trabalho mais profundo, com mais tipos de relações analisadas, como compartilhar e a marcação nos comentários.

- ✓ Mineração de dados utilizando a base de dados criada possibilitando uma mineração automática dos dados. Com isso, ganha-se performance e perde-se menos tempo com a análise.
- ✓ Construção de um aplicativo na rede social Facebook para fornecer aos usuários que se relacionam com a página. Através desse aplicativo, a empresa poderá saber todas as informações públicas do usuário, como opção religiosa, opção de filmes, escolaridade, cidade e etc. Isso porque o aplicativo criado solicita permissão ao usuário que autoriza o acesso aos dados. Com um grande número de permissões, a base de dados fica ainda maior e a pesquisa fica mais aprofunda, possibilitando o próximo trabalho futuro.
- ✓ Criação de uma ferramenta CRM com os dados do Facebook a fim de criar e manter um bom relacionamento com os clientes, melhorando a gestão da informação da empresa.

Referências

BENEVENUTO, Fabrício; ALMEIDAV, Jussara M.; SILVA, Altigran S.. **Redes Sociais Online: Técnicas de Coleta, Abordagens de Medição e Desafios Futuros**. Belo Horizonte. 2012.

Berelson, B. **Content analysis in communication research**. New York: Hafner; 1984.

CAREGNATO, Rita Catalina Aquino; MUTT, Regina. **Pesquisa Qualitativa: Análise de Discurso versus Análise de Conteúdo**. Florianópolis: 2006.

DIEHL, Astor Antonio. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DURKHEIM. **Social Network Analysis**. 2011.

FACEBOOK. **Facebook**. Disponível em: <www.facebook.com>. Acesso em: 23 maio 2013.

FACEBOOK. **Facebook Reports First Quarter 2013 Results**. Menlo Park, Califórnia, 2013.

FOURSQUARE. **Foursquare**. Disponível em: <<https://pt.foursquare.com/>>. Acesso em: 20 maio 2013.

FRAGA, Ricardo. **Orkut completa nove anos**. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/01/orkut-completa-9-anos-alguem-ainda-lembra-dele.html>>. Acesso em: 20 maio 2013.

FREITAS, Henrique M. R de; CUNHA JÚNIOR, Marcos V. M da; MOSCAROLA, Jean. **Aplicação de sistema de software para o auxílio na análise de conteúdo**. São Paulo. 1997.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006. 175 p.

GRAWITZ, MADELEINE. **Méthodologie des sciences sociales**. Paris, Dalloz, 1976.

INSTAGRAM. **Instagram**. Disponível em: <<http://instagram.com/>>. Acesso em: 20 maio 2013.

LIU, Bing. **Sentiment Analysis and Opinion Mining**. San Rafael: Morgan & Claypool Publishers, 2012.

OLABUENAGA, J.I. R.; ISPIZUA, M.A. **La descodificacion de la vida cotidiana: metodos de investigacion cualitativa**. Bilbao, Universidad de deusto, 1989.

OLIVEIRA, Natanael. **A História das Redes Sociais**. Disponível em: <<http://www.natanaeloliveira.com.br/a-historia-das-redes-sociais/>>. Acesso em: 22 mar. 2011.

Pang, Bo, Lillian Lee, and Shivakumar Vaithyanathan. **Sentiment classification using machine learning techniques.** in **Proceedings of Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP-2002).** 2002.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** São Paulo: Atlas, 1989.

SOCIAL BAKERS. **Social Bakers.** Disponível em: <<http://www.socialbakers.com/>>. Acesso em: 15 maio 2013.

SOCIAL Network Analysis Theory and Applications: 2011. 116 p. Disponível em: <http://www.redesymediossociales.es/descarga.php?file=SocNet_TheoryApp.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2011.

TWITTER. **Twitter.** Disponível em: <www.twitter.com>. Acesso em: 10 maio 2013.

VIEIRA, Felipe J. R. **API Application Programming Interface.** Disponível em: <<http://www.slideshare.net/felipejrvieira/api-interface-de-programao-de-aplicativos-1922025>>. Acesso em: 29 maio 2013.

YOUTUBE. **Youtube.** Disponível em: <www.youtube.com>. Acesso em: 20 maio 2013.

Wiebe, Janyce, Rebecca F. Bruce, and Thomas P. O'Hara. **Development and use of a gold-standard data set for subjectivity classifications.** in **Proceedings of the Association for Computational Linguistics (ACL-1999).** 1999.

