

## 2

# Motivação

Esse capítulo começa apresentando o TWITTER como um microblog e explicada as razões pelas quais acreditamos que seja um sucesso. Finalmente, estatísticas são apresentadas para comprovar este sucesso e deixam clara a razão de escolhermos trabalhar com o TWITTER.

### 2.1

#### Twitter

O TWITTER é um microblog. A diferença estrutural entre um blog e um microblog é que o segundo tem o tamanho de seus textos limitados. No caso do TWITTER, as mensagens podem ter no máximo 140 caracteres. Entretanto, essa limitação é uma das razões de seu sucesso. Ao escrever um blog, é gasto bastante tempo se focando em um único assunto e organizando as ideias no texto. Consequentemente, o leitor deve dedicar um tempo não desprezível para ler uma entrada do blog. Nos microblogs, devido à limitação de tamanho, as mensagens são mais simples e diretas. Gasta-se menos tempo para ler e escrever. Isso possibilita ao usuário escrever toda e qualquer ideia que ele possa vir a ter durante o dia, ao invés de se focar em apenas uma. Outra vantagem é que compartilhar os pequenos momentos escrevendo sobre eles conecta as pessoas [4].

Outras características também contribuíram para o sucesso do TWITTER. Sua estrutura de conexões unidirecionais entre usuários permite que eles compartilhem suas ideias com milhares, sem precisar ouvir milhares de ideias de volta. Podemos tomar como exemplo o TWITTER do Luciano Huck, que até o momento, compartilha seus pensamentos e ideias com 2.862.024 seguidores, enquanto segue apenas 250. Essa característica também é aproveitada por empresas que utilizam o TWITTER para fazer anúncios, propagandas e vendas. Revistas, jornais e canais de televisão escrevem as manchetes do dia, permitindo que outros usuários, ao segui-las, transformem o TWITTER em sua revista online personalizada. Por último, mas não menos importante, essa característica também evita *spammers*, que são indivíduos que abusam da Internet enviando mensagens não solicitadas para um grande número de pessoas. Isso por que,

cada usuário escolhe de quem quer receber as mensagens. Se algum usuário se mostrar um *spammers*, basta parar de segui-lo para parar de receber as mensagens.

Em 14 de Abril de 2010 ocorreu a primeira conferência para desenvolvedores do TWITTER. Nela, foram divulgadas algumas estatísticas oficiais [3]. Até aquele momento, o TWITTER registrava quase 106 milhões de usuários, produzindo 55 milhões de mensagens por dia e com um crescimento médio de 300 mil novos usuários por dia. Outras estatísticas interessantes são encontradas em [5]. Em outras palavras, o TWITTER é uma grande coleção de texto que cresce mais a cada dia. Isso faz dele uma fonte de dados com grande potencial, até então pouco explorado, para a extração de conhecimento, se aplicadas técnicas de Processamento de Linguagem Natural (PLN).