

INTRODUÇÃO
HIT MAKERS
KES

A ciência que explica a popularidade das coisas

Pode reparar: de tempos em tempos nos deparamos com grandes hits, algo que parece viralizar e se espalha, nas mais diversas áreas: da música, passando pela arte ou mesmo na alimentação. Por mais que em alguns casos pensemos que seja apenas por sorte ou obra do acaso, existe uma ciência por trás da popularidade das coisas.

É sobre isso que nosso palestrante Derek Thompson, editor-sênior da revista The Atlantic e autor do livro “Hit Makers - como nascem as tendências”, vai falar na próxima edição do KES. Thompson estuda por que gostamos do que gostamos e as dinâmicas econômicas do mercado cultural que moldam as tendências.

Chega a parecer esquisito tentar entender por que Star Wars faz sucesso. Ou por que um cantor como Justin Bieber se tornou um fenômeno, e a franquia Cinquenta Tons de Cinza teve tanto apelo popular. Tudo pode parecer natural para nós, mas, segundo Thompson, existe uma combinação de familiaridade com novidade.

Em meio ao estudo dos hits, é interessante que nosso palestrante argumente que não é necessário qualidade para algo virar tendência ou ser popular. Segundo ele, alguns dos produtos mais populares da história estavam a um passo de se tornarem um desastre. O momento crítico de mudança geralmente vem acompanhado de uma boa rede de distribuição, que valida aquela ideia e a apresenta a uma audiência maior.

INTRODUÇÃO
HIT MAKERS

KES

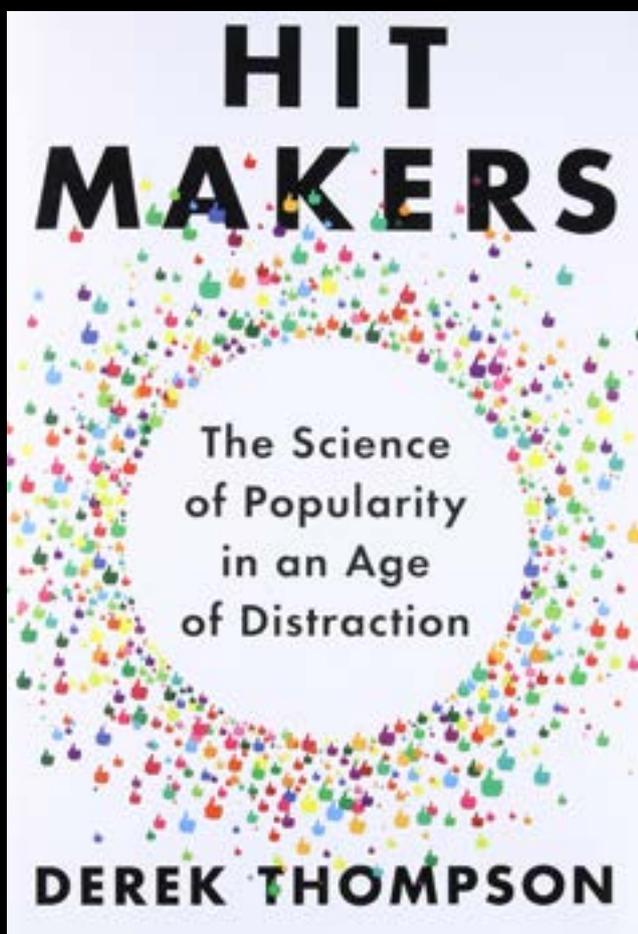
Aliás, um dos assuntos que Thompson aborda com frequência é o que ele chama de mito do viral. Acredita-se muito que a viralidade ocorre por meio do boca a boca. No entanto, estudos de análise de dados mostram que a disseminação tem relação com a transmissão de poucos. Ou seja: a informação é espalhada por poucos que alcançam muitos, como meios de comunicação em massa.

Em sua palestra, Derek ainda nos falará sobre como a importância da repetição de uma música (ou ideia) é importante para ganhar popularidade, por que a moda continua existindo (ainda que, racionalmente, o conceito para ele não faça muito sentido) e ainda nos apresentará o caso de uma canção que era impopular antes de se tornar um hit.

Ok. Mas e como isso se traduz para o mundo corporativo? Bem, todos lidamos com produtos, sua divulgação e distribuição. Thompson não vai dar uma fórmula de sucesso, mas indicar caminhos do que pode ser feito para tornar um item ou uma ideia mais populares.

Derek Thompson é jornalista e contribui com frequência para programas da BBC, CBS e MSNBC, nos EUA. Thompson, inclusive, já apareceu na lista da Forbes “30 under 30” e seu perfil no Twitter foi selecionado pela revista Time como um dos 140 melhores.

ABAIXO, SEPARAMOS ALGUNS LINKS RELACIONADOS AO ASSUNTO QUE PODEM AJUDAR NA COMPREENSÃO DO TEMA:



→ Leia o Artigo escrito por Kari Koskikallio, Business Director da Fjord na Finlândia sobre como tornar os negócios (e a vida) mais interessantes: não fuja de conflitos e não se esqueça de contar uma boa história.

<https://bit.ly/2LYvAdr>



→ **HIT MAKERS IS A TERRIFIC LOOK AT WHAT MAKES A HIT, FROM THE MONA LISA TO DONALD TRUMP**

Nessa matéria da Vox, Thompson tenta explicar a ciência da popularidade, inclusive explicando a razão que faz Donald Trump ser tão popular nos Estados Unidos.

<https://bit.ly/2OA0E9F>

→ **COMO AS COISAS SE TORNAM POPULARES?**

Nessa resenha do livro "Hit Makers", feita pelo jornal britânico The Guardian, é abordado como os consumidores são conservadores e curiosos ao mesmo tempo.

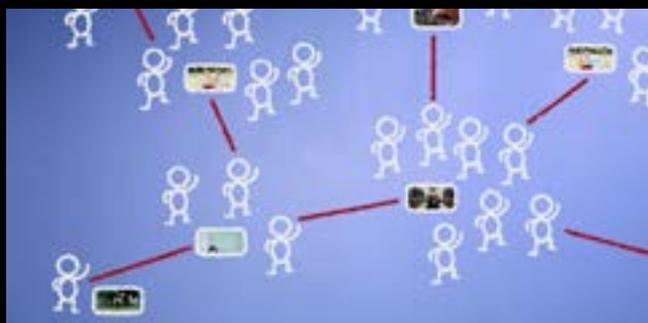
<https://bit.ly/2mEtDXq>



→ **O QUE TORNA ALGO COOL?**

Neste vídeo, o palestrante Derek Thompson explica como um designer industrial moldou o gosto das pessoas no século 20.

<https://bit.ly/2R30pAM>



→ **VIRALIDADE: COMO FUNCIONA E POR QUE NÓS COMPARTILHAMOS?**

<https://bit.ly/2P8yPVb>