

15
Explicação

Emoção

Vimos nas aulas anteriores que existem diversas maneiras de compartilharmos conteúdos, seja através dos portais de notícias, das redes sociais e também os blogs.

Vamos dar uma olhada na página da [Revista Galileu](https://www.facebook.com/revistagalileu) (<https://www.facebook.com/revistagalileu>).



Mas voltando aos fatores chaves que viralizam uma ação, qual deles está relacionado com esses exemplos que eu acabei de mostrar para vocês?

A **emoção**.

Esse fator que faz com que as pessoas compartilhem conteúdos desse teor porque de alguma maneira elas se importam com o assunto que foi compartilhado..

Mas que tipos de emoções? São tantas...

Se eu vejo esse artigo a matéria [Fotógrafo captura a beleza da natureza selvagem africana em imagens](http://revistagalileu.globo.com/Ciencia/noticia/2016/02/fotografo-captura-beleza-da-natureza-selvagem-africana-em-imagens.html) (<http://revistagalileu.globo.com/Ciencia/noticia/2016/02/fotografo-captura-beleza-da-natureza-selvagem-africana-em-imagens.html>) eu já olho com mais carinho, porque além de gostar de fotografia, adoro ver imagens de animais e isso me entretém. E isso aumenta as chances de eu compartilhar esse conteúdo através das minhas redes sociais.

Outro exemplo que pode nos sensibilizar é essa propaganda que o Banco Itaú fez para promover a campanha de sustentabilidade. Repare no número de curtidas e visualizações.



O vídeo original desse bebê viralizou na internet e o Itaú entrou em contato com a família para negociar o uso desse vídeo a favor da sua estratégia.

Depois de vermos esses exemplos, identificamos que compartilhar esse tipo de conteúdo está relacionado com o pilar da **Emoção**.

Quem se importa, compartilha.

Mas será que todas as emoções geram essa vontade de querer compartilhar as coisas?

Vamos analisar a seguinte publicação:

[Breve linha do tempo da literatura de horror] (<http://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2016/11/breve-linha-do-tempo-da-literatura-de-horror.html>)

Breve linha do tempo da literatura de horror

Da repulsa à paixão, os relatos que causam um medo “seguro” mexem com os nossos nervos desde a noite dos tempos

21/11/2016 - 18H11 / ATUALIZADO 18H1111 / POR OSCAR NESTAREZ*

Compartilhar Assine já!

Histórias de terror é um dos gêneros que as pessoas mais gostam de acompanhar. Se você perguntar para os seus colegas quem deles gosta, as chances de muitos deles responderem que sim é grande.

De acordo com os psicólogos Dacher Keltner e Jonathan Haidt, o assombro é a sensação de maravilhamento e deslumbramento que ocorre quando alguém é inspirado por grande conhecimento, beleza, sublimidade ou poderio.

É a experiência de se deparar com algo maior do que você mesmo.

O assombro é uma emoção complexa e com frequência envolve um senso de surpresa: inesperado ou o mistério.

O Jonah Berger tinha uma hipótese que precisava ser validada: será que publicações com assuntos e títulos assombrosos também tem grandes chances de se tornarem virais?

Para validar essa hipótese, ele preparou um estudo. Contou com uma equipe de assistentes para fazerem uma pesquisa para avaliarem os artigos baseados no espanto.

Resultado: eles concluíram que artigos relacionados a um novo tratamento para a Aids ou um goleiro de hockey que joga apesar de ter câncer no cérebro evocam muito assombro do que publicações sobre promoções de enfeites de natal, por exemplo.

O assombro pode acontecer nos vídeos também.

Sabe aqueles realitys shows musicais, aqui no Brasil já teve edições do SuperStars, The Voice Brasil, mas existem muitos outros pelo mundo, onde todas as pessoas geralmente vão bem vestidas, são atraentes, tem vários estilos, do roqueiro ao sertanejo, aqui no Brasil, do rock ao country nos Estados Unidos, por exemplo.

Mas imagina a seguinte situação:

Uma mulher entra no palco do Britain's Got Talent. Essa mulher é um pouco cheinha, tem 47 anos, o que era o dobro da idade de muitos competidores e para fechar o cenário ela tinha um aspecto bem antiquado.

Isso já saiu muito do padrão, onde geralmente vão pessoas mais jovens, com seus looks arrojados. O público e jurados ficaram surpresos com ela.

Um dos jurados foi bem sarcástico quando conversou com ela, que naturalmente estava nervosa.

Um jurado perguntou o que ela queria ser, a mulher respondeu que queria ser cantora profissional. Os jurados e a platéia reviravam os olhos como se diz: Acorda! Isso não é para você!

Tudo indicava que a apresentação seria terrível e que ela seria logo escorraçada do palco.

Quando ela disse qual música cantaria, eles fizeram uma cara do tipo: Ah, tá, comece... Como se diz: você não vai dar conta do recado, mas nos fará rir, comece.

Ela começou a cantar e eu você pode acessar o vídeo, caso já tenha visto, vale a pena [ver de novo] (<https://www.youtube.com/watch?v=xRbYtxHayXo>).

O que vocês acharam?

I dreamed a dream, de Les Misérables na voz da Susan Boyle foi algo inimaginável, não é mesmo?

Os jurados e platéia ficaram assombrados, a plateia gritava e todos aplaudiram a Susan Boyle em vários momentos da apresentação.

Essa apresentação é um dos vídeos mais virais de todos os tempos. Em 9 dias ele teve mais de cem milhões de visualizações.

A versão que nós vimos foi traduzida, mas essa foi uma das primeiras a serem publicadas e já tem mais de 200 milhões de views (<https://www.youtube.com/watch?v=RxPZh4AnWyk>).

Eu assisti duas vezes o vídeo enquanto preparava essa aula e confesso que fiquei emocionada nas duas vezes. Não é apenas comovente, causa assombro, porque foi algo inesperado. E essa emoção incita as pessoas a compartilhar com os outros.

Continuando, vamos olhar outros modelos de emoções.

No curso de marketing de conteúdo nós vimos que quando o João Lurato trocou de trabalho, ele fez uma postagem no perfil dele:



Lembra que na primeira aula eu comentei que nós temos a característica de querer compartilhar as coisas com as pessoas? Algumas podem ser secretas outras nem tanto, por isso compartilhamos nas redes sociais.

Mas esse compartilhamento não se restringe apenas a coisas boas, não é mesmo?

Certa vez o João ficou bem irritado com a greve nos bancos e fez um post:



Então nós sabemos que compartilhar coisas, conversar com as pessoas com certa frequência melhora as experiências emocionais que nós temos.

Mas o mais importante nesse exemplo é entendermos que compartilhar emoções também nos ajuda a conectar.

Se eu assisto um vídeo que realmente me inspire assombro, como aquele da Susan Boyle por exemplo, e compartilho com um amigo é provável que ele se inspire também, que ele também se emocione.

E o fato de nós dois sentirmos essa emoção ajuda a aprofundar a nossa conexão social, nos relembrar o que temos em comum.

Então, segundo o Jonah Berger, compartilhar emoções é um tipo de cola social, ou seja, é algo que conserva e fortalece relações.

Bom, você lembra da pergunta que eu fiz: será que qualquer tipo de emoção pode gerar um viral?

Depois de vermos esses exemplos, a resposta é depende.

Até agora nós vimos exemplos de emoções como a alegria, raiva, certo?

E a tristeza?

Ela também é um tipo de emoção, não é mesmo?

Mas será que ela entra nesse rol de emoções que facilitam o compartilhamento de conteúdos?

Vamos ver alguns exemplos:

O Jonah Berger fez um estudo sobre essa hipótese, ele pediu para seus assistentes de pesquisa avaliar uma amostra de artigos com base em quanta tristeza eles geraram.

Artigos onde as pessoas faziam homenagens à avó falecida foram avaliados com um alto nível de tristeza, ao passo que artigos sobre um golfista campeão que faleceu também foram avaliados como pouco triste.

Mas os dois casos são tristes, certo?

Certo, mas o que diferencia uma publicação da outra é o nível dessa tristeza. Quando eu compartilho algo pessoal, algum familiar que faleceu como no exemplo, pode mais sentimento envolvido, fico mais triste em falar sobre isso do que sobre uma pessoa desconhecida que morreu. Ambos são tristes (porque estão relacionados com a morte), mas o envolvimento pessoal é o que pode tornar algo mais triste do que o outro.

Oras, se qualquer emoção incentiva o compartilhamento como nós vimos nos exemplos anteriores, a tristeza, assim como o assombro, também deveria aumentar o compartilhamento, não é verdade?

Mas não aumentou.

A ideia desse curso é nos aprofundarmos mais no assunto, vamos ver porque isso aconteceu?

O Jonah Berger usou um programa feito pelo psicólogo Jamie Pennebaker, que quantifica a positividade e a negatividade em uma determinada passagem de texto onde ele conta o número de vezes que as palavras emocionais aparecem.

Por exemplo, foi analisado a frase “Eu adorei o cartão, foi tão gentil da parte dela”. Essa frase é relativamente positiva por que contém palavras como **adorar** e **gentil**.

A frase “Aquilo foi tão desagradável da parte dela, realmente feriu meus sentimentos”. por sua vez é relativamente negativa por que contém palavras como **ferir** e **desagradável**.

Nesse estudo eles avaliaram muitos artigos e como esses assuntos se relacionam com entrar na lista dos artigos mais enviados por email.

A resposta foi conclusiva: os artigos positivos tinham mais probabilidade de serem compartilhados do que os negativos.

Quando alguém me diz que passou na Fuvest para Medicina no primeiro ano de cursinho, por exemplo, fico assombrada, mas é um assombro positivo, porque imagino que não seja uma tarefa fácil conseguir esse feito.

Agora se eu encontro um colega da faculdade e ele me diz que sua esposa faleceu também é um assombro, mas fico triste com a notícia.

A diferença entre emoções é a sua **agradabilidade** ou **positividade**.

O assombro é relativamente agradável, ao contrário da tristeza, que na maioria dos pode ser desagradável.