

ÍNDICE

Agradecimentos	vii
Introdução	1
1. A Cauda Longa	15
2. A Ascensão e Queda do <i>Hit</i>	28
3. Uma Breve História da Cauda Longa	43
4. As Três Forças da Cauda Longa	54
5. Os Novos Produtores	61
6. Os Novos Mercados	89
7. Os Novos Criadores de Preferências	103
8. Economia da Cauda Longa	133
9. A Cabeça Curta	156

10. O Paraíso da Escolha	178
11. A Cultura de Nichos	188
12. O Ecrã Infinito	205
13. Além do Entretenimento	215
14. Regras da Cauda Longa	232
Epílogo: A Cauda de Amanhã	241
Notas Relativas às Fontes e Demais Leitura	243
Índice Remissivo	249

Dedicado à Anne

AGRADECIMENTOS

Este livro contou com a ajuda e colaboração de literalmente milhares de pessoas, graças a um processo relativamente aberto. Com efeito, foi iniciado sob a forma de um artigo amplamente lido e que permaneceu acessível ao público através de um *blog* de *work in progress**. O resultado é que existem muitas pessoas a quem quero agradecer, tanto aqui como nas notas sobre os capítulos no final do livro.

Em primeiro lugar, devo agradecer a quem, além de mim, mais trabalhou neste livro: a minha esposa Anne. Era impossível concretizar um projecto deste género sem um parceiro forte. Anne foi tudo isso e muito mais. O seu apoio e compreensão constantes tornaram possível esta obra e o preço a pagar foi bastante elevado, desde todos os domingos a tomar conta dos miúdos enquanto eu trabalhava no Starbucks**, até às noites perdidas, ausência de férias, noites em que não fomos passear e outros custos inerentes a um projecto totalmente absorvente. Mas, mais do que isso, ela foi a minha referência, a minha primeira leitora, minha conselheira, confidente e uma inesgotável fonte de incentivo e conselhos. (Os nossos filhos – Daniel, Erin, Toby e Isabel – também passaram um ano sem verem muito o pai e agradecer-lhes por terem sabido viver esses momentos com um comportamento exemplar e, espera-se, sem cicatrizes permanentes).

* N.T. Trabalho, obra, ideia que está em desenvolvimento.

** N.T. Cafeteria muito popular nos EUA.

Na fase de pesquisa e de planejamento geral do livro, tive a sorte de poder desfrutar de dois dos, possivelmente, melhores locais do planeta para trabalhar e pensar. Louis Rossetto e Jane Metcalfe, nossos amigos, vizinhos e fundadores da revista *Wired*, emprestaram-me amavelmente as suas belíssimas instalações de Berkeley durante vários meses no Verão de 2005. (Eu era um “acadêmico residente”, título que, só por si, me fez sentir mais inteligente.) E outro querido amigo, Peter Schwartz, cedeu-me um espaço nas igualmente belíssimas instalações da sua Global Business Network, em Emeryville, onde realizei grande parte da última fase do meu *brainstorming* e de partilha de arquivos com o meu esplêndido assistente de redacção, Steven Leckart.

Entre outros parceiros que não têm preço estive a minha equipa na *Wired*, especialmente Bob Cohn e Thomas Goetz, editor executivo e editor adjunto, respectivamente. Revelaram de forma brilhante as suas competências, incentivando-me e dando-me cobertura à medida que o livro ia consumindo cada vez mais do meu tempo. Bob também editou o artigo original “Cauda Longa”, ajudando-me a refinar os argumentos e as construções fráscas, um contributo que continua a gerar dividendos. Os comentários de Melanie Cornwell ao manuscrito apanharam muitos erros de cultura popular e ajudaram a torná-lo mais dinâmico. Agradeço igualmente a Blaise Zerega, que, na qualidade de editor-chefe, manteve tudo sobre rodas quando eu estava apenas semipresente, e a Joanna Pearlstein, nossa directora de investigação, que me ajudou com muitas das primeiras infografias. E um agradecimento especial a Si Newhouse por me confiar a sua impressionante plataforma de ideias, em primeiro lugar, e por generosamente me permitir tirar algum tempo para transformar uma dessas ideias num livro.

Muitos académicos deram importantes contributos ao nível da quantificação dos efeitos da Cauda Longa e da exploração das suas implicações. Erik Brynjolfsson, da Sloan School of Management, pertencente ao Massachusetts Institute of Technology (MIT), e Jeffrey Hu, da Krannert School of Management, de Purdue, realizaram parte do primeiro trabalho sobre as estimativas da Cauda Longa na Amazon, o que me forneceu uma estrutura analítica na qual pude construir a teoria, bem como a confiança necessária para saber que isso podia ser feito. A contínua investigação nesta área por parte destes dois responsáveis é fascinante e agradeço-lhes muito o apoio dado ao meu trabalho. Na Harvard Business School, o trabalho de Anita Elberse em torno da Cauda Longa da Netflix e dos DVD foi bastante útil e, além de esperar que seja publicado, espero também vir a trabalhar com ela.

Na Stanford Business School, o professor Haim Mendelson permitiu que eu me apresentasse numa das suas aulas e tornasse a Cauda Longa num tema de pesquisa. Em resultado disso, tive a sorte de trabalhar com os seus alunos Angie Shelton, Natalie Kim, Saloni Saraiya e Bethany Poole, que elaboraram casos de estudo sobre o Yahoo! Music e a eBay. Na pesquisa sobre a empresa de leilões *online* eBay, contámos também com a ajuda da Therapeak*, que forneceu dados de valor incalculável sobre a Cauda Longa dos compradores e vendedores naquele mercado. E na Universidade da Califórnia, Berkeley, o economista Hal Varian tem sido uma fonte de ideias e conselhos, além de me inspirar na ponderação de novos ângulos e na aspiração a um maior rigor.

Uma das primeiras fontes de dados e contínuo exemplo de melhor prática de Cauda Longa foi a Rhapsody da RealNetworks. Rob Glaser e Matt Graves foram uma fonte de constante ajuda e encorajamento, pelo que lhes estou eternamente grato. Reed Hastings, CEO da Netflix, foi não só um dos primeiros apoiantes e fornecedor de informação, mas também aquele que me disse que a minha expressão “Cauda Longa” poderia ter pernas para andar, o que realmente acabou por se revelar verdade. Dave Goldberg da Yahoo! ajudou-me com os seus conhecimentos da indústria musical e Bill Fisher, da DVDStation, facultou-me dados e sabedoria no que diz respeito às mudanças no modelo económico dos DVD. E Robbie Vann-Adibé, que trabalhou na Ecast, merece um agradecimento especial por me ter feito arrancar com isto.

Agradeço também aos pensadores e escritores que contribuíram para este livro, tanto com palavras como com ideias, incluindo Umair Haque, que me ajudou extraordinariamente com a secção *House Music*; Glenn Fleishman, que contribuiu enormemente para as secções sobre a Amazon; Andrew Blau, da GBN, que me ajudou a perspectivar a Cauda Longa do ponto de vista dos incentivos; Rob Reid, cujos longos e brilhantes *e-mails* sobre as mudanças no modelo económico do entretenimento citei bastantes vezes; e Kevin Laws, cujas perspectivas pioneiras sobre o poder de uma massa de nichos influenciaram o artigo original.

Ao meu agente, John Brockman, que foi não só uma excelente referência e conselheiro, mas que também me convidou a entrar no seu extraordinário mundo de pensadores e cientistas. Muitos dos jantares e reuniões onde estive a seu convite estão entre os mais interessantes da minha vida. O meu editor na Hyperion, Will Schwalbe, ajudou-me muito no enfoque do livro;

* N.T. Empresa que realiza estudos de mercado.

a sua actual estrutura deve-se aos seus sábios conselhos e a sua conclusão deve-se ao seu constante entusiasmo e gentil orientação.

Os meus pais merecem um agradecimento especial. Ao meu pai, Jim Anderson, por me ter mostrado a importância de uma visão global e da honestidade intelectual. E à minha mãe, Carlotta Anderson, por me inspirar com rigor retórico e curiosidade ilimitada.

As pesquisas sobre a indústria livreira estiveram entre as mais difíceis, uma vez que a fonte de informação ideal (registo de vendas da Amazon) não estava disponível e vimo-nos obrigados a analisar dados provenientes de terceiros. Por isso, devo um agradecimento especial a Morris Rosenthal e Tim O'Reilly. Por último, agradeço a John Battelle, autor de *The Search*, cujo exemplo de criação de um *blog* para um livro que estava a ser escrito me inspirou a criar o *thelongtail.com*, que tem sido fonte de outras incalculáveis boas ideias, conselhos, informação e sabedoria por parte dos meus milhares de perspicazes leitores que merecem o último obrigado, do fundo do coração.