

# DA ECONOMIA À ECOLOGIA DA ATENÇÃO<sup>1</sup>

Yves Citton<sup>2</sup>

## RESUMO

*Este artigo é a tradução da introdução do livro *Pour une écologie de l'attention*, no qual a proposta da Ecologia da Atenção é formulada. Este novo campo de estudos propõe uma reorientação na forma de colocação do problema da atenção buscando superar os limites presentes na economia da atenção. Isto é realizado a partir da crítica de 3 pontos comumente difundidos: o paradigma econômico, a perspectiva individualista e o determinismo tecnológico. Reduzir o estudo das dinâmicas atencionais ao vocabulário econômico impede-nos de formular uma pergunta essencial: como – isto é, em que direção e para que fins – orientar a atenção que dirige nosso futuro? Invertendo nosso modo tradicional de pensar, que parte da atenção individual para compor o horizonte de uma atenção coletiva, partiremos das dimensões coletiva e conjunta para delas destacar as diversas formas de individuação. Longe de ser uma competência puramente técnica, como afirma o discurso economicista predominante, a atenção envolve múltiplas dinâmicas e uma verdadeira sabedoria ambiental – uma ecossófia –, no seio da qual a orientação dos fins é indissociável de uma avaliação em termos de eficiência.*

**PALAVRAS-CHAVE:** *atenção, economia da atenção, ecologia da atenção.*

---

<sup>1</sup> O texto é a tradução da Introdução do livro *Pour une écologie de l'attention* (Seuil, 2014). Pelo fato de ser a Introdução de um livro, o texto faz referência a temas que serão abordados nos capítulos posteriores. A tradução manteve a integralidade do texto, que serve de convite à leitura do livro. Foram retiradas apenas algumas figuras, que não comprometem a compreensão do texto. Agradecemos a Yves Citton pela autorização para publicação.

<sup>2</sup> Professor de Literatura e Mídia da Universidade Paris 8. É co-editor da Revista *Multitudes* e publicou livros como *Contre-courants politiques* (Fayard, 2018), *Médiarchie* (Seuil, 2017), *Pour une écologie de l'attention* (Seuil, 2014), *Gestes d'humanités. Anthropologie sauvage de nos expériences esthétiques* (Armand Colin, 2012), *Zazirocratie* (Amsterdam, 2011) e *Mythocratie* (Amsterdam, 2010).

## FROM ATTENTION ECONOMY TO ATTENTION ECOLOGY

### ABSTRACT

*This paper is the translation of the introduction of the book *The Ecology of Attention*, in which a new perspective on the problem of attention is offered. This new field of study is an effort to overcome the limitations of the economy of attention. It discusses three commonly accepted points: the economic paradigm, the individualist perspective and the technological determinism. Reducing the study of attentional dynamics to the economic vocabulary prevents us from asking an essential question: how - in what direction and for what purposes - to direct the attention that directs our future? By reversing our traditional way of thinking, which starts with 'an individual paying attention' to compose the horizon of collective attention, we will start from the collective and joint dimensions to highlight the various forms of individuation. Far from being a purely technical competence, as the prevailing economic discourse states, attention involves multiple dynamics and a true environmental wisdom - an ecosophy - within which the orientation of ends is inseparable from an evaluation in terms of efficiency.*

**KEYWORDS:** *attention, attention economy, attention ecology.*

As questões da economia da atenção assumem uma realidade muito concreta quando caminhamos pelo centro da cidade de Avignon no mês de julho. Centenas de cartazes, suspensos ou colados sobre todos os tipos de superfícies imagináveis, tentam desesperadamente chamar nossa atenção. A cada esquina, dezenas de jovens, com ou sem terno, nos estendem panfletos promovendo seu espetáculo. Alguns apresentam em plena rua cenas de sua peça. Outros tentam iniciar uma conversa, na esperança de desviar nossos passos em direção à garagem coberta com cortinas que a companhia deles alugou a preço de ouro. A pessoa que está passando está condenada à mentira (eu vou embora essa noite) ou à indelicadeza (evitando covardemente o olhar daqueles que estão se dirigindo alegremente a ela). Entre os mendigos que, sonolentos sobre um papelão, pedem-lhe uma moeda e os saltimbancos que hiperativamente imploram por um olhar, ela sente quase fisicamente o paralelo entre a economia de bens materiais, cunhada em termos de dinheiro e sobrevivência, e a economia da propriedade cultural, cunhada em termos de popularidade e reputação.

Claro, essas duas economias se interpenetram constantemente. Se eu não atentasse à presença do mendigo, eu não lhe daria a moeda – esse é o mecanismo que a maioria de nós desenvolveu para minimizar nossa culpa. Da mesma forma, os artistas não vivem unicamente de atenção e água fresca: cartazes, cartões postais e encenações na rua são destinados não somente a atrair o nosso olhar para seu espetáculo, mas também para nos fazer desembolsar alguns euros dos bilhetes de entrada. Os bens culturais são *também* bens materiais, e os objetos materiais são apenas 'bens' no seio de um sistema de valorização eminentemente cultural – essa valorização depende muito da maneira como nós distribuímos nossa atenção.

Embora elas se entrecruzem e se alimentem mutuamente em vários pontos, essas duas economias, no entanto, possuem duas lógicas fundamentalmente diferentes. Enquanto a economia clássica dos bens materiais funda seus cálculos na escassez dos fatores de produção, a economia da atenção é baseada na escassez das capacidades de recepção dos bens culturais. Mesmo que, graças à generosidade de um Estado ou de um patrocinador privado, a produção dos espetáculos de Avignon seja assegurada de maneira que todos possam ser ofertados gratuitamente, minha capacidade de me beneficiar desta oferta gratuita será circunscrita pelos limites de minha capacidade de atenção. Nossas análises econômicas se concentraram, durante três séculos, no crescimento de nossa força produtiva, mas devem aprender a levar mais em conta esse segundo nível – ainda amplamente despercebido – que constitui

nossa capacidade de recepção, da qual nossa atenção é fator principal. É a este segundo nível que este livro é dedicado.

### UMA SITUAÇÃO DE OFERTA PLETÓRICA

Em nosso começo de terceiro milênio caracterizado pela explosão da comunicação digital, uma maneira (excessivamente) simples de sentir o contraste entre os dois níveis de economia leva à oposição entre uma economia (material) da escassez a uma economia (imaterial) da superabundância. Mesmo que um tal enquadramento precise ser criticado<sup>3</sup>, ele fornece uma primeira aproximação útil. Ao apresentar 1.258 espetáculos em menos de um mês, o festival *off* de Avignon ilustra perfeitamente essa superabundância, que participa de uma explosão aparentemente recente e vertiginosa: em 1966, havia somente uma companhia fora do '*in*' (programação oficial); duas décadas mais tarde, em 1983, elas eram apenas por volta de 50; hoje em dia, elas são mais de mil. Nas paredes de pedra de Avignon, como no espaço virtual da internet, espectadores e internautas se encontram submersos por uma oferta pletórica, que conseguiu ser produzida, mas que está lutando para atender as expectativas de seus produtores.

A explosão do número de espetáculos do festival *off* constatada no último meio século corresponde à explosão do número de obras de arte postas à disposição das atenções humanas ao longo dos últimos cinco séculos. Na Idade Média, para além do fato de que a alfabetização constituía uma exceção, um monge tinha à sua disposição apenas algumas centenas ou, na melhor das hipóteses, algumas milhares de obras. A produção de cada uma delas exigia semanas e meses de trabalho. A imensa maioria da população era exposta a um número muito limitado de discursos (a pregação semanal), de imagens (os afrescos e pinturas religiosas) ou de espetáculos (as Paixões, os malabaristas e os músicos itinerantes). Com o desenvolvimento progressivo de suportes e técnicas de comunicação, desde a imprensa (prensa móvel), as feiras de teatro, os jornais, o cinema, o rádio, a televisão e agora a internet, o número de discursos, imagens e espetáculos propostos à atenção humana têm crescido exponencialmente.

---

<sup>3</sup> Sobre esta crítica da ideologia do imaterial, cf., por exemplo, Matteo Pasquinelli, *Animal Spirits: A Bestiary of the Common*, Rotterdam, NAI, 2008, e Éric Méchoulan, *La Crise du discours économique. Travail immatériel et émancipation*, Québec, Nota Bene, 2011.

Ontem ou anteontem a economia de acesso aos bens culturais permanecia muito próxima àquela da produção dos bens materiais: até o advento do livro de bolso, foi necessário pagar relativamente caro para ter em casa uma coleção de romances, de livros de filosofia ou de história; até a difusão do aparelho de rádio e do disco de vinil, era difícil e/ou caro ouvir uma sinfonia ou uma ópera; até a invenção do cinema, e depois da televisão, era raro assistir ficção encenada com atores renomados e decoração suntuosa. Não contente em se espalhar em grande escala durante o século XX entre as populações ocidentais, tais práticas estão em vias de se universalizar, graças ao acesso gratuito fornecido hoje em dia pelo Google Books ou Youtube. Pelo preço (cada vez mais modesto) de um computador, ou mesmo de um telefone celular, e de uma conexão com a internet, bilhões de humanos logo poderão dispor de livros, imagens, músicas, filmes e séries de televisão por um preço quase nulo. Avignon em julho à máxima potência, vinte e quatro horas por dia, trezentos e sessenta e cinco dias por ano e em todo ponto do planeta – este é o horizonte da economia da atenção.

Esta situação de oferta plétórica dos bens culturais é uma característica essencial da época que se inicia hoje com o rápido desenvolvimento da comunicação digital. Ela excede portanto o quadro estreito do determinismo tecnológico: aos 1258 espetáculos do festival *off* de Avignon correspondem os seiscentos romances de nossas feiras literárias, a multiplicação de canais de televisão em difusão hertziana ou por cabo, a proliferação de colóquios universitários nos quais os estudiosos estão apressados demais para fazer ouvir suas palavras e não encontram tempo de escutar as dos outros. Pelo gosto do desvelamento autobiográfico, pela vaidade narcisista ou pela necessidade de publicar para não perecer, chegamos a situações surrealistas em que, como notam os satíricos, uma vez que 'todos começaram a escrever', 'você encontrarão mais facilmente um autor do que um leitor'.

Em nossos países superdesenvolvidos, mesmo entre os menos privilegiados de nós, e mesmo se os mais bem sucedidos sonham com um livro raro, um espetáculo a um preço exorbitante ou com um quadro inacessível ao seu orçamento, nossas frustrações culturais se devem cada vez menos à falta de recursos e cada vez mais à *falta de tempo disponível* para ler, escutar ou ver todos os “tesouros” baixados apressadamente no disco rígido ou imprudentemente acumulados nas nossas prateleiras. Certamente, nada é verdadeiramente gratuito ou imaterial: o consumo de eletricidade pelos servidores que alimentam a internet, a explosão de dejetos tóxicos

causada pela obsolescência programada de nossos computadores e celulares, o aumento nos gastos com conexão nos orçamentos domésticos, os endividamentos gerados pela facilidade das compras *online*, as novas formas de exploração e precariedade induzidas pela concorrência digital – tudo isso requer esvaziar a bolha utópica da cultura *free* (livre e gratuita) e de reconhecer a escassez (ecológica), as restrições (sociopolíticas) e os impasses da insustentabilidade que ainda impõem e imporão sempre os limites de uma economia inevitavelmente material<sup>4</sup>.

Nada disso é suficiente, entretanto, para invalidar essa evidência: nossas ferramentas de análise e de conceitualização econômicas clássicas, se ajudam a explicar os limites da (re)produção de nossos bens materiais, são totalmente inadequadas à situação de superabundância que caracteriza atualmente a circulação de bens culturais. Em sua definição tradicional, a economia se esforça por otimizar a utilização de recursos caracterizados por sua escassez. Nossa situação de oferta pletórica está fadada a desorientar o aparato de raciocínio e cálculo desenvolvido pelos economistas ortodoxos. Vozes cada vez mais numerosas se fazem ouvir nos últimos 20 anos clamando pelo advento de uma *outra* economia, o que além de possível é necessário para nos orientarmos no seio desta nova situação de produção pletórica: uma *economia da atenção*.

## **A EMERGÊNCIA DE UMA DISCIPLINA**

As temáticas relativas à superabundância não datam do fim do século XX. Diante das crises de superprodução que assombram o capitalismo industrial desde seus primórdios, o sociólogo Gabriel Tarde publica, já em 1902, seu *Psychologie économique*, que pode ser considerado como um dos monumentos fundadores da economia da atenção. Em sua obra, aparecem de antemão três eixos de análise que seriam essenciais para as reflexões posteriores. Tarde observa que os problemas de atenção estão intimamente ligados à instauração da “mecanização” própria ao modo de produção industrial, impondo ao operário uma “fadiga da atenção [que] é um suplício novo e mais sutil, ignorado por todos os grosseiros infernos de antigamente”: “A estabilidade excessiva da atenção deve produzir, por uma reação inevitável, a

---

<sup>4</sup> Sobre o impacto ecológico das culturas digitais, cf. Richard Maxwell e Toby Miller, *Greening the Media*, Oxford, Oxford University Press, 2012; sobre as novas formas de exploração na internet, cf. o dossiê “*Luttes des classes sur le Web*” publicada no número 54 da revista *Multitudes* em novembro 2013.

instabilidade da atenção, que é a característica das desordens nervosas.” (TARDE, 1902, p. 92; p. 162).

Aliás, Tarde compreende de imediato a que ponto a publicidade, necessária para a absorção dos bens excedentes decorrentes da superprodução industrial, deve ser concebida em termos atencionais: “Reter a atenção, fixá-la na coisa oferecida, tal é o efeito imediato e direto do anúncio.” Ele percebe perfeitamente suas implicações contagiantes: “Não são apenas os classificados que divulgam os anúncios. Todo o corpo do jornal é uma espécie de grande anúncio, contínuo e geral.”(TARDE, 1902, p. 186; p. 189)

Tarde constata, especialmente, como o alinhamento das atenções estrutura uma economia da visibilidade inteiramente nova, cuja divisa é a “glória”, definida pela “simultaneidade e pela convergência das atenções, dos juízos voltados para um homem ou para um fato que se torna, então, notório ou glorioso”. Ainda que, enquanto tal, a glória certamente não tenha surgido na era industrial, a produção de “públicos” pelas novas mídias da época (imprensa cotidiana, telégrafo, cinema) instaura um novo regime de poder vinculado, sem dúvida, a uma economia mercantil, uma vez que a competição entre essas mídias de massa é regida pela lógica do mercado. Esse novo modo de valorização exige novos utensílios capazes de mensurar os fluxos de atenção que, simultaneamente, manifestam e estruturam nossas interações cotidianas: “A necessidade de um *glorímetro* faz-se sentir, sobretudo porque as notabilidades de todas as cores se tornaram mais numerosas, mais imediatas e mais fugidias, e porque, apesar de serem habitualmente fugazes, elas não deixam de dispor de um poder temível, pois se elas são apenas um *bem* para aquele que as possui, para a sociedade elas são uma *luz*, uma fé.” (TARDE, 1902, p. 71; p. 123)<sup>5</sup>

Quase um século depois de Tarde, a paternidade da economia da atenção é geralmente atribuída a Herbert Simon, que, em uma conferência realizada em 1969 e publicada em 1971, afirmou: “a riqueza de informações provoca a penúria de outra coisa, uma escassez daquilo que a informação consome. Ora, o que a informação consome é bastante evidente: ela consome a atenção daqueles que a recebem”

---

<sup>5</sup> Sobre Tarde, cf. os belos trabalhos de Maurizio Lazzarato (2001) e de Bruno Latour e Vincent Antonin Lépinay (2008).

(SIMON, 1971)<sup>6</sup>. No mesmo momento, o futurólogo Alvin Toffler popularizava a noção de *information overload* (TOFLER, 1974), enquanto os trabalhos do psicólogo Daniel Kahneman renovavam as concepções acerca da atenção, colocando em primeiro plano os limites de nossas capacidades atencionais.

Contudo, a economia da atenção só começou a se estruturar como um campo particular do conhecimento em meados dos anos 1990. O sociólogo, filósofo e arquiteto Georg Franck teve o privilégio de desenvolver o primeiro (e, sem dúvida, ainda hoje, o melhor) quadro de análise desse novo campo, em uma série de artigos publicados a partir de 1989 e sintetizados em um livro seminal, lançado apenas em 1998<sup>7</sup>. Enquanto Herbert Simon e Daniel Kahneman recebiam o prêmio Nobel de economia, respectivamente em 1978 e 2002, o trabalho conceitual de Georg Franck permaneceu relativamente negligenciado fora do mundo germânico, de sorte que as superficiais intervenções de Michael Goldhaber, difundidas de maneira viral, pareceram estrear, a partir de 1996, um verdadeiro debate público a propósito de uma “nova economia” que seria mais afetada pela escassez da atenção do que pelos fatores de produção tradicionais. Em alguns artigos fartamente discutidos na rede, Michael Goldhaber afirma que “como toda forma de economia, essa se baseia sobre o que é ao mesmo tempo muito desejado e sobretudo muito raro, papel desempenhado agora pela atenção concedida por outras pessoas, que satisfaz esses dois quesitos<sup>8</sup>” (Goldhaber, 1996). Tanto pelo modo de circulação dos textos quanto pela descoberta das promessas da internet, que começam a sensibilizar as consciências, essa “nova economia” da atenção parece intrinsecamente ligada às “novas tecnologias” digitais.

---

<sup>6</sup> Cito a versão manuscrita da conferência apresentada no *Brooking Institute*, no dia 1 de setembro de 1969, disponível on-line em DOI.library.cmu.edu (p. 8). Neste ensaio, quando a referência é uma obra de língua estrangeira, fui eu que traduzi a citação.

<sup>7</sup> Georg Franck (1998). Os artigos mencionados são: “Die neue Währung: Aufmerksamkeit Zum Einfluß des Hochtechnik auf Zeit und Geld”, *Merkur*, vol. 486, agosto de 1989, p. 688 -701, e “Ökonomie der Aufmerksamkeit”, *Merkur*, vol. 534 - 535, setembro - outubro 1993, p. 748 - 761. Esse último artigo acaba de ser traduzido e publicado em francês sob o título “Économie de l’attention”, in Yves Citton (dir.), *L’économie de l’attention. Horizon ultime du capitalisme?*, Paris, La Découverte, 2014, p. 55-72. Naquele momento, há no mundo germânico uma intensa fermentação de análises pluridimensionais acerca das questões atencionais, cuja uma expressão é, por exemplo, o trabalho coletivo publicado por Aleida e Jan Assmann (dir.), *Aufmerksamkeit*, Munich, Fink, 2001.

<sup>8</sup> Michael H. Goldhaber, “Principles of the new economy”, 1996, disponível no endereço Well.com; cf. também “Some attention apothegms” 1996, disponível no mesmo site, e “The attention economy and the Net”, *First Monday*, vol. 2, nº 4, 1997, disponível no endereço FirstMonday.org



Em 2001, os especialistas em gestão Thomas Davenport e John Beck publicam *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*, livro considerado canônico por marqueteiros e administradores que buscam maximizar sua eficácia e seus lucros. Nessa obra, além de diagramas que formalizam nossa “paisagem atencional” (*attentionscape*), lê-se que, “antigamente, a atenção era tida como dada, enquanto atribuía-se valor aos bens e aos serviços. No futuro, muitos bens e serviços serão fornecidos gratuitamente em troca de alguns segundos ou minutos da atenção do usuário” (BECK & DAVENPORT, 2001, p. 213<sup>9</sup>). Desde meados dos anos 2000, sobretudo nos mundos anglo-saxão e germânico, multiplicaram-se as publicações enfatizando que “a atenção se tornou, doravante, um objeto escasso” (LANHAN, 2006, p. XI). No âmbito desse debate, é possível distinguir vagamente três atitudes dominantes.

Alguns economistas universitários tentam dar conta dessa nova economia atencional submetendo-a à formalização exigida pela disciplina econômica ortodoxa, como Josef Falkinger, cuja publicação de dois artigos importantes prepara o terreno para uma quantificação rigorosa das capacidades de atração atencional observadas em nossas interações comerciais. Assim, a economia da atenção é “modelizada como uma família de emissores que se vale de sinais onerosos para atrair a atenção de públicos e ter um impacto sobre eles”. Dizer que a atenção é uma qualidade rara implica considerar que “a exposição dos sujeitos aos sinais é tão forte que, para ocorrer a absorção de uma parte da atenção deles, é necessário emitir sinais bastante potentes e direcioná-los a públicos cujas capacidades de percepção estejam relativamente conservadas”. Esses princípios, que mostram como “gerenciar e atrair a atenção estão se tornando máximas universais dos negócios e da economia” (FALKINGER, 2007, pp. 266-267), vão produzir uma série de manuais mais práticos que oferecem ajuda para otimizar a mobilização de faculdades atencionais cada vez mais valiosas em um meio marcado por uma intensa e crescente competição. Como destacam Emmanuel Kessous, Kevin Mellet e Moustafa Zouinar, os estudos que os economistas ortodoxos dedicam à economia da atenção tendem a “opor duas lógicas. A primeira visa a proteger a atenção da sobrecarga de informação e a otimizar sua alocação, a segunda tem como objetivo captá-la, almejando o lucro” (KESSOUS, MELLET & ZOUINAR,

---

<sup>9</sup> Existe uma edição brasileira: *A economia da atenção: compreendendo o novo diferencial de valor dos negócios*, Rio de Janeiro: Campus, 2001. Não foi possível encontrar a citação referida nessa versão. N.T.

2010, p. 366). Veremos no segundo capítulo como essa tensão produz, por vezes, curiosas reviravoltas no meio da ortodoxia econômica.

Uma outra série de trabalhos contrasta com essas práticas publicitárias e de gestão, denunciando os efeitos alienantes das manipulações atencionais induzidas pelas tecnologias da atração. As publicações de Pierre Lévy, Jonathan Crary, Bernard Stiegler, Jonathan Beller, Franco Berardi, Dominique Boullier ou Matteo Pasquinelli, tentam compreender a economia da atenção sob a ótica de uma mutação antropológica que supera amplamente o âmbito das trocas comerciais. No mais das vezes, esses autores consideram tais tecnologias como um aparelho de captura, agenciando nossos desejos e nossas subjetividades segundo a lógica dominante do lucro capitalista – o que gera consequências nefastas no que concerne às nossas capacidades de decisão coletivas e ao nosso bem-estar individual. Assim, uma vez compreendidos os mecanismos atencionais, esses autores dedicam-se a denunciar as apropriações indevidas ou a revelar possibilidades inesperadas.

Enfim, um terceiro conjunto de trabalhos se volta para as questões atencionais na tentativa de mensurar o impacto das novas tecnologias no desenvolvimento de nossa capacidade mental e de nossa subjetividade. Nesse conjunto, prevalece frequentemente um tom alarmista, sustentando a afirmação de que “a internet nos torna idiotas” ou anunciando “uma nova era de obscurantismo” prometida pela prática da navegação *online* e pelos *videogames*<sup>10</sup>. Condenados à superficialidade do *multi-tasking* (concebido como a realização simultânea de várias tarefas desempenhadas paralelamente), “os jovens” teriam se tornado psicologicamente incapazes de se concentrar, o que seria atestado pelo crescimento inquietante dos diagnósticos de transtorno de déficit de atenção.

### **A HIPÓTESE DE UMA VIRADA**

Para além dos questionamentos mencionados, que serão retomados nos capítulos seguintes, nota-se que a economia da atenção parece se impor, desde meados dos anos 1990, como uma grande e desafiadora reviravolta: a nova escassez

---

<sup>10</sup> Cf. por exemplo, Maggie Jackson (2009) ou Nicholas Carr (2011) [Em português *A geração superficial: o que a internet está fazendo com os nossos cérebros*, Rio de Janeiro, Agir, 2011. A referência da versão original é a seguinte: *The Shallows: What the Internet is Doing to Our Brains*, W.W Norton & Company, Inc., 2010 N.T.]

já não se situaria no campo dos bens materiais a serem produzidos e sim naquele da atenção necessária para o consumo destes. O que leva a esta consequência prática, algo desorientadora, que toma rapidamente a forma de uma profecia: meu editor se aproveitou da ingenuidade de vocês e de nossa ideologia economicista ancestral para vender o livro que você têm em mãos (ou o documento digitalizado que figura atualmente na tela do seu tablet), como se ele dispusesse do recurso raro e precioso (o livro e seu conteúdo); na realidade, são vocês, leitores e leitoras, que levam vantagem, sem que se ouse dizê-lo e sem que vocês o tenham percebido, pois, diante da pleora de trabalhos redigidos e difundidos a cada mês, sua atenção, mobilizada neste momento para acompanhar o desenvolvimento desta frase, se tornou a faculdade mais rara, desejada com ardor. Conforme a justiça e a lógica, sou eu, autor dessas linhas, que deveria não apenas agradecer a vocês, mas pagar pelo favor que me fazem ao dedicar seu tempo tão precioso à leitura desse livro, e não aos milhões de textos, canções ou filmes oferecidos na internet. Donde a profecia: daqui a alguns anos ou décadas, nós poderemos pedir um pagamento para conceder nossa atenção a um bem cultural, ao invés de pagar pelo direito de acessá-lo, como ainda é exigido de nós nesta época atrasada.

Ainda que possa nos parecer contra-intuitiva, tal profecia já está parcialmente realizada em nossa realidade cotidiana. Que milagre me permite utilizar gratuitamente os serviços quase mágicos de uma ferramenta de busca tal como o Google, assim como os milhares de servidores, muito custosos e altamente consumidores de eletricidade, que essa empresa coloca à minha disposição? Essa gratuidade não é nada além do preço pago, atualmente, pela minha atenção. É o que expressa o provérbio da “nova economia”: *se um produto é gratuito, então o verdadeiro produto, é você!* Mais precisamente: sua atenção.

Uma empresa como a Google depende duplamente dela. Por um lado, são nossas pesquisas – nossas curiosidades, questões, cliques seletivos, os laços que estabelecemos ou que ativamos – que fornecem toda a substância da maravilhosa inteligência do Google, cujo algoritmo seria apenas uma concha vazia se não o preenchessemos a cada instante mediante o exercício de nossa inteligência coletiva. O Google vive de nossa atenção ativa e reativa, que nutre e afina a cada instante a eficácia do dispositivo formal colocado à nossa disposição. Por outro lado, a Google tende cada vez mais a vender nossa atenção, nossos desejos de saber e nossas orientações de pesquisa a anunciantes, aos quais a firma permite curto-circuitar os

efeitos de nossa inteligência comum: se eles aparecem no início da página, isso não se dá (somente) pela virtude da pertinência, atestada pelos múltiplos cliques, mas porque pagaram milhões de dólares a fim de ganhar visibilidade *apesar* de nossa inteligência coletiva, que os relegaria a um patamar muito mais baixo se a ela fosse permitido organizar-se livremente.

O ensinamento deixado pelo modo de funcionamento do Google (mas também do YouTube, do Facebook e de empresas parceiras) não poderia ser mais claro: *nossa atenção tem preço*, um preço bem alto. Por enquanto, contudo, não somos *nós* que recebemos: outros embolsam os lucros mais importantes. Encontra-se aqui o eco da célebre declaração de Patrick Le Lay, então presidente-diretor geral do canal de televisão TF1, que caracterizava sua função como a “venda à Coca-Cola do tempo de cérebro disponível” dos telespectadores. TF1 nos oferece programas televisivos gratuitos porque o produto é nossa atenção – vendida aos anunciantes em função das equações alquímicas que mensuram a audiência e de suas traduções múltiplas em termos de divisão de mercado, visibilidade, impacto, conduta das condutas, ocupação dos espíritos e penetração dos imaginários.

Se a inversão anunciada pelos profetas da economia da atenção ainda não salta aos olhos, é talvez, sobretudo, porque nós não queremos enxergar uma evidência. Por que as grandes companhias farmacêuticas oferecem fins-de-semana gratuitos a nossos médicos (sob a forma de “colóquios”) – senão para direcionar a sua atenção indulgente para os produtos que elas colocam no mercado? Por que os editores de livros para a juventude desenvolvem serviços que permitem aos blogueiros e blogueiras receberem gratuitamente os novos lançamentos em troca de uma resenha, senão porque a atenção é contagiosa e fazer falar de si é uma condição de sobrevivência no quadro dessa “nova economia”? Por que os *reality shows* tendem a abolir a distância entre os que veem e os que são vistos, e a fazê-los entrar em uma espiral descontrolada, senão porque os dispositivos da mídia de massas produzem atenção ao colocar em cena a atenção?

Em um artigo particularmente sóbrio e esclarecedor, Katherine Hayles, professora de literatura inglesa na universidade de Duke, na Carolina do Norte, sugere que nós estamos vivendo um deslocamento fundamental, ao mesmo tempo vasto e rápido, dos regimes atencionais e dos modos cognitivos peculiares às gerações de professores e de estudantes que convivem atualmente nas salas de aula. Os professores concebem suas aulas para um regime de *atenção profunda*, supondo que

os participantes estejam comprometidos a “se concentrar em um mesmo objeto durante longos períodos (um romance de Dickens), a ignorar os estímulos exteriores durante essa fase de concentração, a preferir ter apenas uma fonte de informação, a ter uma tolerância elevada aos longos períodos de focalização”. No entanto, os estudantes teriam contraído hábitos característicos de uma *hiperatenção*: “mudar rapidamente de focalização entre diferentes tarefas, preferir múltiplas fontes de informação, buscar um nível elevado de estímulo, ter uma tolerância frágil ao tédio”(HAYLES, 2007, p. 187).

Com a condição de apresentar algumas nuances, precisões e adequações, seria bom levar a sério as profecias dos economistas da atenção. Não, a “nova” economia da atenção não vai “substituir” a antiga economia dos bens materiais – pela boa razão que ela não poderia existir sem esses bens. Não, a hiperatenção alimentada pela aceleração digital não está inelutavelmente destinada a minar as bases de nossas capacidades de concentração profunda. Mas sim, algo muito importante está se reconfigurando, no qual a distribuição da atenção já desempenha um papel hegemônico. É exatamente uma reviravolta que esta hipótese supõe: aquilo que era um epifenômeno – prestar coletivamente atenção mais a isto do que àquilo – está reestruturando fundamentalmente a maneira como nós (re)produzimos materialmente nossas existências. A atenção é, certamente, a faculdade crucial de nossa época. Nós só poderemos nos reorientar se tentarmos compreender melhor as questões suscitadas por sua circulação, sua captura e seus poderes. O que podemos fazer coletivamente com nossas atenções individuais, e como podemos contribuir individualmente para redistribuir nossa atenção coletiva? Eis o desafio da inversão que estamos vivendo – e eis as questões que orientarão este livro.

### **UM REENQUADRAMENTO TEMPORAL**

Atualmente, a maioria dos discursos acerca da economia da atenção tocam em um problema essencial, mas tendem geralmente a enquadrá-lo de maneira questionável. A intenção primeira deste breve ensaio será ajudar a redimensionar e a recentrar nossos discursos sobre a atenção, de modo a se distanciar de três lugares-comuns enganadores.

O primeiro lugar-comum é aquele da novidade da “nova economia” da atenção. Desde um fenômeno aparentemente local e anedótico como a explosão do

festival *off* de Avignon, cujas dimensões se multiplicaram a partir de 1990, até o desenvolvimento espetacular da internet no mesmo período, tudo parece indicar que os problemas da economia da atenção só foram massivamente percebidos no curso das duas últimas décadas. Os dados estatísticos recolhidos pelo Google Books Ngram Viewer – programa que mensura a atenção, contabilizando as ocorrências de palavras ou de expressões nos textos digitalizados por Google Books<sup>11</sup> – confirmam essa primeira impressão. Eles mostram, tanto no corpus anglófono quanto no corpus francófono, uma arrancada espetacular localizada em 1996, isto é, no momento em que Michael Goldhaber suscita uma polêmica ao constatar a novidade radical da *attention economy*, asserção logo criticada como imprecisa ou ilusória<sup>12</sup>.

Mesmo que, a partir dos anos 1970, se fale muito da “sobrecarga de informação”, várias convergências tecnológicas e sociológicas confirmam intuitivamente a exatidão dessa periodização (multiplicação de canais televisivos disponíveis em rede hertziana ou a cabo, instauração das assinaturas ilimitadas nos cinemas, compartilhamento online de arquivos no formato *peer-to-peer*, criação de bibliotecas digitalizadas de livre acesso, desenvolvimento de mídias alternativas e de blogs, emergência do YouTube e do Google Books).

Convém, todavia, dar um passo atrás, a fim de melhor mensurar a importância respectiva da inércia e da novidade em nossa situação de oferta pletórica e nas estratégias que ela induz entre nós. Como vimos, nossa pletora de bens digitalizados conduziu Georg Franck ou Michael Goldhaber a reinventar uma economia da atenção, aquela que Gabriel Tarde havia esboçado desde as crises de superprodução industrial do fim do século XIX. Os atores que se esforçam em atrair o passante, fazendo encenações nos espaços públicos de Avignon, apenas reinventam a prática do teatro de rua, já cultivada e refinada pelas trupes que propunham seus espetáculos nas feiras do Antigo Regime. Recentemente, Ann Blair mostrou como o sentimento de sobrecarga de informação já afetava os humanistas do Renascimento e os filósofos do século XVII, que elaboraram dispositivos livrescos (sumário, índice, referências) e epistemológicos (o “método” de Descartes) para se orientar em meio à superabundância de textos, na qual eles já sentiam medo de se afogar (BLAIR,

---

<sup>11</sup> Sobre Google Ngram Viewer, cf. o trabalho de Erez Aiden e Jean-Baptiste Michel, 2013.

<sup>12</sup> Cf. por exemplo Philippe Aigrain, 1997.

2010)<sup>13</sup>. E não é um satirista do terceiro milênio comentando os seiscentos romances da nossa época de lançamentos literários, mas um escritor de 1760, Charles Tiphaigne de la Roche, que se pergunta “como atingir a multidão” e “como atrair a atenção”, visto que “todo mundo começou a escrever e [que] encontra-se mais facilmente um autor do que um leitor” (TIPHAIGNE de La ROCHE, 1760, p. 52).

Em seu trabalho de 2006, intitulado *The Economics of Attention: Style and Substance in the Age of Information*, Richard Lanham tem toda a razão em sublinhar que a economia da atenção tem ao menos dois milênios e meio, pois os retóricos conceberam seu trabalho e sua ciência, desde a Antiguidade, como uma habilidade para captar e sustentar a atenção de uma audiência, seja em um contexto judiciário, político ou artístico. Como ele ressalta, boa parte das reflexões e das experimentações relativas ao “estilo”, ontem como hoje, merecem ser (re)lidas levando em conta um contexto de rivalidade quanto à conquista de uma atenção sempre dolorosamente limitada. Então, os historiadores da arte, os pesquisadores de estética e de literatura estariam mais bem posicionados do que os economistas, os especialistas em gestão e em marketing, para compreender a longo prazo as questões acerca da economia da atenção.

Se voltarmos ao Google Books Ngram Viewer, a fim de questionar a máquina em sua base mais ampla, do duplo ponto de vista da temporalidade e das disciplinas, vê-se esboçar sob nossos olhos uma periodização totalmente diversa. Se situarmos o início da pesquisa em 1850 e introduzirmos o sintagma inglês “*economy of attention*”, utilizado em domínios pertencentes às fronteiras da psicologia e da estética (mais do que da cibernética e da economia), coloca-se em cheque muitas das crenças sobre a economia da atenção.

Aqueles que se preocupavam com a *economy of attention* entre 1850 e 1950 inscreviam frequentemente sua reflexão em um questionamento de ordem estética, interessando-se mais pela qualidade da experiência sensível e intelectual do que por sua quantificação em termos produtivistas. É essa dimensão estética que este trabalho tentará reintroduzir em nossas discussões atuais sobre a economia da atenção. Para além de uma escolha de método e de abordagem, esse primeiro enquadramento supõe

---

<sup>13</sup> O esplêndido livro de Ivan Illich (1991) sugere que a necessidade de tornar a informação diretamente acessível sob a forma de “texto”, ao invés de fazê-la depender do desenrolar temporal de uma palavra transcrita pelo livro, decorre de uma revolução mental cujo início deve ser situado no século XII.

uma visão particular da história da atenção. Essa história resta ainda por ser escrita, apesar do desejo expresso por Charles Bonnet em 1783, que se revela, mais do que nunca, pertinente:

Falta-nos um Livro que seria mais útil do que qualquer outro que o espírito humano possa produzir; seria uma história da Atenção. Se esse Livro fosse bem feito e bem pensado, ele derrotaria todas as lógicas; isso porque ele seria uma lógica reduzida à ação (BONNET, 1783, p. 35).<sup>14</sup>

Se estivermos, realmente, em vias de viver uma grande reviravolta nas relações entre os dois níveis estreitamente intrincados de nossas realidades econômicas (capacidade de produção de bens materiais e capacidade de recepção dos bens culturais), convém situar essa reviravolta no âmbito mais amplo da grande transformação que nossas sociedades ocidentais conheceram com o desenvolvimento em paralelo da industrialização e do marketing a partir de meados do século XIX.

Não é necessário se surpreender com o fato de que o livro mais profundo sobre a história da atenção tenha vindo de um historiador de arte, Jonathan Crary, que analisou muito bem como a atenção se torna, por volta de 1870, uma questão socioeconômica central, no ponto de encontro de cinco evoluções convergentes. No livro *Suspensões da percepção: atenção, espetáculo e cultura moderna* ele reconstrói em detalhes a cadeia de transformações que nós entrevimos anteriormente por meio de algumas citações da *Psychologie économique* de Gabriel Tarde. Por um lado, a difusão do trabalho em linhas de produção exige mobilizar uma atenção muito particular por parte dos trabalhadores, obrigados a permanecer alertas diante de tarefas altamente repetitivas e monótonas. Ao mesmo tempo, e em consequência da industrialização, o escoamento dos produtos assim fabricados em grande número requer captar a atenção de novas massas de consumidores, daí a emergência das primeiras formas de publicidade e de marketing em grande escala. A partir da mesma época, o desenvolvimento de uma psicologia experimental da atenção acompanha de perto – há um século e meio – as tensões e reconfigurações incessantes às quais as evoluções do capitalismo submetem nossas capacidades de ser, permanecer ou nos tornarmos atentos a certos fenômenos mais que a outros. A segunda metade do século XIX viu se multiplicarem as invenções de novos dispositivos de mídia – do telégrafo intercontinental ao cinema, passando pelo *Kaiserpanorama* e as primeiras tentativas

---

<sup>14</sup> Anseia-se por ver o programa de pesquisa de tal história da atenção ser levado a cabo por teses universitárias, e mesmo por um coletivo de pesquisadores reunidos em torno de um projeto comparável às *Histórias das mulheres, da vida privada* ou da *edição*.



de radiodifusão –, que têm todos em comum o fato de reconfigurarem nossa atenção, servindo como próteses e extensões de nossos sentidos (para retomar a maneira como Marshall McLuhan caracterizou as mídias<sup>15</sup>). Enfim, o livro de Jonathan Crary sugere de maneira convincente que todo setor de arte pictórica da época, dos impressionistas a Cézanne, coloca em cena seja personagens, seja de modos de visão, caracterizados por desequilíbrios e tensões não resolvidas entre atenção e distração.

Mais especificamente desde o final do século XIX e de modo crescente nas duas últimas décadas do séc. XX, a modernidade capitalista gerou uma constante recriação das condições da experiência sensorial, o que se poderia chamar de uma revolução dos meios de percepção. [...] O problema da atenção tornou-se uma questão fundamental. A centralidade desse problema estava diretamente ligada ao surgimento de um campo social, urbano, psíquico e industrial, cada vez mais saturado de estímulos sensoriais. A desatenção, em especial no contexto das novas formas de produção industrial em grande escala, começou a ser tratada como um perigo e um problema sério, embora, com frequência, fossem os próprios métodos modernizados do trabalho que produzissem essa desatenção. Seria possível dizer que um aspecto crucial da modernidade é uma crise contínua da atenção, na qual as configurações variáveis do capitalismo impulsionam a atenção e a distração a novos limites e limiares, com a introdução ininterrupta de novos produtos, novas fontes de estímulo e fluxos de informação, respondendo em seguida com novos métodos para administrar e regular a percepção (CRARY, 2013).

Uma primeira reformulação temporal é, portanto, necessária em relação à tradicional associação entre a economia da atenção e o desenvolvimento das tecnologias digitais. Por um lado, a muito longo prazo, enriqueceremos nossa compreensão desses fenômenos, ressituaando-os nas análises e teorizações estéticas que entoavam a reflexão sobre a retórica e a estilística. De outro lado, a economia da atenção não pode ser separada das evoluções que o capitalismo conheceu e induziu durante os últimos cento e cinquenta anos, desde a modernização industrial que continua a conquistar o planeta (atualmente na China, no Brasil ou na Índia), até a taylorização das taxas intelectuais que afetam os desdobramentos do capitalismo cognitivo<sup>16</sup>.

---

<sup>15</sup> No restante deste livro, nós utilizaremos o termo “mídias” não somente por se referir à mídia de massa (jornal, rádio, televisão), como geralmente fazemos na França, mas também, às vezes, em um sentido mediológico mais amplo e de acordo com o uso inglês de *Media Studies* ou do alemão *Medienstudien*, de modo a designar as diversas mediações que os humanos puderam usar para registrar, disseminar e processar informações, desde as vibrações sonoras transmitidas pelo ar entre a boca e os ouvidos até a rede global que é hoje a internet.

<sup>16</sup> Cf. sobre esse ponto Yann Moulier Boutang, 2007.

## DO INDIVIDUAL AO COLETIVO

A segunda reformulação, implícita no ponto anterior, consiste em sair de uma abordagem essencialmente individualista da atenção. Sob a influência do individualismo metodológico, que ao mesmo tempo caracteriza a disciplina econômica ortodoxa, a psicologia experimental herdada do século XIX e o desenvolvimento recente das neurociências (com seu apêndice cognitivista), a maior parte das análises coloca o problema da atenção nos termos de um cérebro (em posição de sujeito) que dirige ou experimenta uma coisa ou um problema (em posição de objeto).

Esta abordagem individualista possui, sem dúvida, alguma evidência intuitiva. A experiência que cada um de nós têm dos objetos de sua percepção nos aparece de maneira individual. O que é nossa atenção nesse momento preciso? *Eu* olho para o monitor onde aparecem as palavras que eu digito no meu teclado; você, leitor ou leitora, olha o monitor ou a página onde minha frase foi registrada. Quando os pesquisadores se comprometem a analisar nossa atenção sob condições experimentais, eles se deparam com um face a face entre, de um lado, um eu-sujeito (identificado como o cérebro, a mente, a consciência ou a velha 'alma'), que possui a atenção a prestar, com mais ou menos resistência, esforço, desejo ou facilidade, e, de outro lado, objetos (coisas tridimensionais, figuras em uma tela, cheiros, sabores, sons, signos, vozes, palavras, rostos) que têm maior ou menor capacidade de atrair ou sustentar a atenção que pode ser dada a eles. As infinitas variações, experimentações e especulações sobre as relações múltiplas e nuançadas entre tais sujeitos e objetos preencheram milhares de páginas de artigos científicos e livros – desde a psicologia experimental de Gustav Fechner e Wilhelm Wundt, o tratado do Theodule Ribot sobre *Psychologie de l'attention*, os cursos de Edmund Husserl sobre a fenomenologia da atenção, os manuais de gerenciamento e marketing que estão se multiplicando hoje para ajudar os gestores e publicitários a capturar e cativar melhor nossa atenção até as mais recentes descobertas da neurociência muito bem sintetizadas em um livro recente de Jean-Philippe Lachaux (2011).

As consequências práticas de tal individualismo metodológico, no entanto, colocam muitos problemas, como o ilustra a maneira pela qual nossas sociedades tendem a diagnosticar e tratar o transtorno do déficit de atenção e hiperatividade (TDAH). Mesmo que os melhores livros didáticos dedicados a este tema se deem ao

trabalho, em um prefácio, de incluí-lo no contexto de uma aceleração das comunicações, de uma revolução tecnológica ou de um 'zapping' generalizado, eles desembocam muito rapidamente em um diagnóstico estritamente limitado à interação entre a criança-sujeito e os objetos encontrados em seu ambiente. Os testes de rastreamento concentram-se em cerca de trinta critérios que avaliam o grau em que a criança “não presta atenção aos detalhes ou comete erros de distração nos deveres ou em outras atividades”, “parece não ouvir quando você fala diretamente com ela”, “é distraída por estímulos externos”, “esquece as coisas na vida cotidiana”, “abandona sua cadeira na sala de aula ou em outras situações nas quais deve permanecer sentada”, “responde antes que as perguntas sejam feitas”, “tem dificuldades de esperar sua vez”, “interrompe ou perturba os outros”<sup>17</sup>. Outros manuais não perdem tempo com precauções inúteis. “Por que ela está tão agitada?”; “Por que ela tem a cabeça em outro lugar?": a “causa dessa síndrome” é remetida à “insuficiência de secreção de alguns neurotransmissores”, provocando “uma desaceleração no transporte de informações, o que, por sua vez, altera a velocidade de operação da área do cérebro concernida”<sup>18</sup>.

Os TDA são reveladores, então, do distúrbio (individualizado, personalizado ou mais precisamente neurologizado) e do déficit (os neurônios não trabalham rápido o suficiente). Como então se surpreender que a via real que se impôs (desde os Estados Unidos) para “administrá-los” passe pela ampla distribuição de ritalina à todo um segmento das gerações mais jovens<sup>19</sup>? Para o “transtorno neurológico”, solução medicamentosa. Foram esquecidos a aceleração das comunicações, os novos dispositivos midiáticos, a sobrecarga de informação, enfim, toda “a evolução das configurações do capitalismo” que “impulsiona continuamente a atenção e a distração para novos limites e limiares”, tal como relatado por Jonathan Crary. Da “persistente crise de capacidade de atenção” induzida há pelo menos cento e cinquenta anos no seio do conjunto de nossas populações e de nossos modos de vida, restam apenas os indivíduos-sujeitos patologizados por “não prestarem atenção aos detalhes”, “serem distraídos por estímulos externos” ou “terem dificuldade de esperar sua vez”.

Em consequência desta individualização de nossos modos de comportamento, usamos a química para conter a atenção de nossos filhos (assim como a nossa), custe

---

<sup>17</sup> Jacques Thomas, Célia Vaz-Cerniglia e Guy Willems, 2007, pp. V-VI e 38-40.

<sup>18</sup> Colette Sauvé, 2007, pp. 16-17.

<sup>19</sup> Cf. sobre isso Bruno Falissard, 2014, p. 34-43.

o que custar, para se dobrar às necessidades – indiscretas, perfeitamente falsas e terrivelmente invasivas – do Janus capitalista, que defende uma disciplina produtiva implacável e um hedonismo consumista ilimitado. É no amplo contexto de uma vasta *economia da (des)atenção* que é imperativo situar o TDA – ao invés de situá-lo no quadro demasiadamente estreito da relação sujeito-objeto ou da dinâmica familiar. Se nossos filhos e até mesmos nós sofremos de alguma coisa, é antes de tudo dessa doença socioeconômica muito particular que é o “capitalismo mental” (FRANCK, 2005)<sup>20</sup>. Como o nota Bernard Stiegler,

A grande tentação é de querer submeter a atenção a uma captura integral, para mobilizar “todo o tempo de cérebro disponível” – [...] uma “economia da atenção” se desenvolveu para capturar a atenção por todos os meios (dada a competição entre todos os meios de comunicação), o que na realidade leva à destruição de todos os sistemas que produzem atenção (STIEGLER, 2008, p. 117 e 122).

Após a ampliação do período histórico necessário para compreender as questões da economia da atenção, um segundo reenquadramento, portanto, impõe a reversão da abordagem atualmente dominante, que focaliza as questões da atenção na relação entre um sujeito perceptivo e certos objetos percebidos (ou ignorados). É por isso que este livro oferecerá um percurso, a ser realizado em três partes, que inverterá nossos modos tradicionais de conceber a atenção: em vez de partir das evidências da atenção individual para compor o horizonte de uma atenção coletiva, partiremos do comum para dele destacar a perspectiva das melhores formas de individuação.

Uma primeira parte começará então por considerar a atenção como um fenômeno essencialmente coletivo: “eu” só presto atenção a isso que *nós* coletivamente prestamos atenção. Para compreender as maneiras pelas quais um sujeito se torna sensível a um objeto, é importante identificar os “regimes de atenção” coletivos por meio dos quais somos levados a perceber nosso mundo, como os trabalhos de Dominique Boullier nos ajudam a fazer. De maneira provavelmente contra-intuitiva, mas que esperamos ser mais esclarecedora, os primeiros capítulos considerarão a atenção como pertencente a fluxos transindividuais, distribuídos desigualmente pela superfície do planeta Terra, bem como dentro de cada formação social. As poderosas análises realizadas por Georg Franck permitirão reconhecer na atenção uma nova forma de capital, cuja circulação, distribuição, apreensão e

---

<sup>20</sup> Um artigo de síntese, traduzido para o francês com o título de *Capitalisme mental*, foi publicado na revista *Multitudes*, nº 54, automne 2013, p. 199-213.

investimento constituem de fato uma economia, com seus mecanismos de produção, de acumulação, de financiamento, concorrência e exploração. São, evidentemente, as redes midiáticas que fornecem a infraestrutura de uma tal economia, por isso serão colocadas no centro da análise. Graças a autores como Maurizio Lazzarato, Bernard Stiegler, Franco Berardi, Jonathan Beller, Kenneth McKenzie Wark ou Matteo Pasquinelli, poderemos compreender melhor a natureza, os princípios organizadores, as novas divisões de classes, que estão reorganizando o capitalismo contemporâneo em torno dessa nova forma de capital que é a atenção.

Uma segunda parte será dedicada ao que os psicólogos irão chamar de atenção conjunta. A partir de 9 meses, o bebê passa das relações diádicas (sujeito-objeto) às relações triádicas, onde a atenção de dois sujeitos afeta como cada um aborda o objeto. Se o adulto volta o olhar para alguma direção, a criança aprende a seguir a direção desse olhar: “eu” estou atento ao que *você* presta atenção. Aquém das grandes massas da atenção coletiva, tal como é canalizada pelas mídias, para além do par que formam uma mãe e seu filho ou os dois parceiros de uma relação amorosa, o domínio da atenção conjunta é aquele dos “pequenos grupos”, estudados por Roland Barthes no seu curso no Collège de France sobre o viver juntos. A relação pedagógica é um de seus domínios mais importantes: uma sala de aula é um microcosmo que não pode ser entendido nem como uma soma de relações sujeito-objeto, nem como um lugar de passagem de fluxos midiáticos. É preciso substituir as ferramentas da macroeconomia do capitalismo atencional pelas ferramentas mais finas de uma microeconomia da atenção conjunta, que encontramos também no espaço fechado de uma sala de espetáculos ao vivo.

A co-construção das subjetividades e das competências intelectuais exige a co-presença de corpos atentos compartilhando o mesmo espaço, por meio de sintonias afetivas e cognitivas infinitesimais, mas decisivas. Encontraremos aí o fundamento de uma qualidade particular da atenção, que é o cuidado – isto é, uma consideração cuidadosa da vulnerabilidade do outro, de nossa solidariedade e nossa responsabilidade em relação a ele. Mas, para escapar do sufocamento que ameaça todas as relação duais, também veremos a necessidade de uma certa desvinculação, necessária para que nossa atenção possa ser “conjunta”, sem ser “misturada”: será a noção psicanalítica de atenção flutuante que possibilitará a formalização desse desvinculação, indispensável a qualquer individuação.

Uma terceira e última parte só poderia então retornar às relações de (des)atenção que mantemos como sujeitos em relação aos objetos do nosso meio ambiente. O desvio pela atenção coletiva e pela atenção conjunta levará, contudo, a ultrapassar as questões de atenção individual para reorientá-las no sentido do bom uso de uma atenção individuante. Os fascinantes ensinamentos transmitidos pela neurobiologia da atenção merecem ser ressitoados no “milfolhas” de regimes sobrepostos que estruturam nossas sensibilidades e dessensibilizações. A nanoeconomia intracerebral da atenção, modelizada em termos de áreas, sinapses, impulsos e neurotransmissores, só assume seu significado se ressituada no interior da microeconomia dos pequenos grupos, no seio dos quais evoluímos cotidianamente (família, escritório, empresa) e da macroeconomia dos grandes fluxos midiáticos, que leva nossas consciências ao seu encanto. Dentro da dupla moldura fornecida, primeiro, pelo que *nós* prestamos atenção coletivamente, e em seguida, pelo que *voce* presta uma atenção conjunta à minha, é de grande importância entender em que medida – e especialmente como – *eu* posso reorientar a atenção que dirige meu devir.

Eis o objeto da atenção individuante, da qual nossas experiências estéticas fornecem tanto um modelo reduzido quanto uma experiência “em tamanho natural”, uma oportunidade de exercício prático e de reflexão crítica. Saber escolher suas alienações e encantos, saber construir vacúolos de silêncio capazes de nos proteger da comunicação incessante que nos sobrecarrega com informações avassaladoras, saber viver a intermitência entre hiperfocalização e hipofocalização – é isso que as experiências estéticas (musicais, cinematográficas, teatrais, literárias ou vidéolúdicas) podem nos ajudar a fazer de nossa atenção, já que atenção é tanto algo que fazemos (por nós mesmos) como algo que prestamos (para outros).

### **EM DIREÇÃO A UMA ECOSOFIA DA ATENÇÃO**

Todavia, percursos como esse impõem um terceiro deslocamento, que nos convida a reformular o vocabulário utilizado, até então, para nomear o objeto desta reflexão e deste estudo. Economia da atenção, *attention economy*, *economics of attention*, *economy of attention*: essas expressões, que ajudam a discernir a dinâmica de uma reconfiguração profunda de nossas formas de vida, contaminam nossa imaginação do futuro com o paradigma econômico. O funcionamento (coletivo,

conjunto e individualizado) de nossas atenções é realmente subordinado a uma “economia”? Urge duvidar de tal pressuposto.

Poucos parecem compartilhar essa dúvida. Aurélien Gamboni produziu um brilhante efeito de reenquadramento ao sugerir o termo “ecologia da atenção”, em vez de “economia de atenção”<sup>21</sup>. No entanto, se é possível encontrar alusões a essa ideia em algumas reflexões acerca da atenção<sup>22</sup>, esse sintagma, quando aplicado no programa Google Books Ngram Viewer, suscita a produção de um encefalograma perfeitamente plano.

Provocar alterações nessa linha, ainda inerte, faz-se uma necessidade urgente e constitui uma das ambições deste breve ensaio. Embora, como veremos no segundo capítulo, possa ser muito esclarecedor considerar a atenção como o “capital” próprio de uma nova camada da economia de mercado, satisfazer-se com o paradigma econômico acaba por limitar o estudo da atenção a uma perspectiva estreita e mutilante. Decerto, nossos hábitos de linguagem nos orientam nessa direção: “presta-se”<sup>23</sup> atenção a isso ou àquilo; esses objetos geralmente nos “dão” informações “em troca” desse “empréstimo”; essa modalidade de transação “produz” uma espécie de “lucro” intelectual. Segundo o paradigma econômico dominante – que visa a maximizar o lucro graças à diminuição dos gastos, tendo por horizonte a concorrência do mercado –, tudo se resume na “melhor distribuição”, na “organização mais racional” ou no “gerenciamento mais eficaz” de nossas capacidades atencionais, seja para fins publicitários, de gestão, produtivistas ou ativistas. Se essas metáforas são perigosas, uma vez que amenizam as diferenças, os paralelismos que elas revelam podem nos ser úteis.

Pode-se contestar essa economia da atenção com três objeções principais. Em primeiro lugar, como já vimos, o paradigma atualmente dominante na economia é

---

<sup>21</sup> Cf. Aurélien Gamboni, 2014, cap. 2.

<sup>22</sup> Por exemplo, Jean-Marie Schaeffer fala de uma “ecologia atencional” para caracterizar as experiências estéticas; Matthew Crawford, que prepara um livro sobre esse assunto, ressalta a que ponto “nossa ecologia da atenção está fragilizada” (entrevista publicada no jornal *Le Monde*, no dia 27 de julho de 2013); Daniel Goleman dedica dois capítulos (XIII e XIV) de seu livro *Focus: The Hidden Driver of Excellence*, New York (N.Y.), Harper-Collins, 2013 [em português, *Foco: a atenção e seu papel fundamental para o sucesso*, Rio de Janeiro, Objetiva, 2016. N.T.] à nossa incapacidade sistemática de concentrar nossa atenção coletiva de maneira duradoura, tal como exigem as questões ecológicas.

<sup>23</sup> Em francês, empregou-se o verbo “prêter” (on “prête” attention), cujo sentido abarca tanto o verbo “prestar” quanto o verbo “emprestar” - com relação a esse último significado, diz-se, por exemplo, “prêter un livre”, isto é, “emprestar um livro”. Dessa forma, a afinidade entre o campo semântico da economia e aquele da atenção fica mais clara na versão original. N.T.

baseado em uma metodologia individualista enganosa, que concebe o coletivo como um resultado de atividades individuais, ao passo que a questão é compreender como tais atividades são individualizadas a partir da experiência comum.

Em segundo lugar, nosso raciocínio econômico apresenta-se como uma ferramenta a serviço de uma razão puramente instrumental: ele nos ajuda apenas a realizar com maior eficácia o que supostamente já teríamos decidido fazer ou desejar. A economia pretende (modestamente) orientar somente uma gestão otimizada de recursos escassos, sem se indagar sobre os fins aos quais direcionamos o emprego de tais recursos. A “Grande Sociedade”, idealizada por Friedrich Hayek, é admiravelmente “liberal”, na medida em que se esforça para dar aos indivíduos o maior número possível de meios que levem à felicidade, conferindo às pessoas a liberdade de elaborar sua própria definição de felicidade (construir igrejas para celebrar o Senhor, comprar carros de luxo para se exibir nos fins de semana, colecionar selos, estudar a filosofia de Spinoza). Ora, a atenção não pode ser reduzida à simples questão dos meios de obtê-la. Não se pode pretender sustentar um discurso axiologicamente neutro (desprovido de qualquer valor subjetivo) acerca da atenção, pela boa razão de que os processos atencionais estão indissociavelmente ligados aos nossos processos de valoração. Como veremos na última parte, a atenção é individualizante na medida em que depende de uma dinâmica circular – círculo que pode tanto ser vicioso quanto virtuoso: eu valorizo aquilo a que presto atenção e presto atenção ao que eu valorizo. Uma vez que o meio-recurso condiciona o fim visado através dele, não se pode mais almejar, como faz a nossa ideologia economicista, maximizar os meios, concedendo a todos a liberdade de escolher seus fins. Rebaixar o estudo das dinâmicas atencionais ao vocabulário econômico impede-nos, portanto, de formular uma pergunta essencial: como – isto é, inelutavelmente, em que direção, para que fins – orientar a atenção que dirige nosso futuro?

Em terceiro lugar, o paradigma econômico merece ser recusado, uma vez que um outro se revela muito mais estimulante para conceber as complexidades de nossos processos atencionais – o paradigma da chamada ecologia “profunda”, teorizada pelo filósofo norueguês Arne Naess sob o nome de *ecosofia*:

A palavra “Ecosofia” é composta pelo prefixo “eco-”, que se encontra também nas palavras “economia” e “ecologia”, e pelo sufixo “-sofia”, que se encontra na palavra “filosofia”. [...] A “*sofia*” não tem nenhuma pretensão científica específica, ao contrário das palavras compostas pela palavra “*logos*” (“biologia”, “antropologia”, “geologia”, etc), mas qualquer visão do espírito dito “sófico” deve ser *diretamente relevante*



*para a ação.* [...] A “sofia” significa conhecimento intuitivo (*acquaintance*) e compreensão, ao invés de conhecimento impessoal e abstrato. (NAESS, 2008, p. 72)

Nos anos 1980, enquanto Arne Naess publicava seu livro mais conhecido, Félix Guattari recorria ao mesmo termo para designar a concatenação necessária de múltiplos níveis essencialmente solidários:

Uma ecosofia articulando o conjunto das ecologias científica, política, ambiental, social e mental talvez possa substituir as antigas ideologias que setorizavam de forma abusiva o social, o privado e o civil, e que eram fundamentalmente incapazes de estabelecer junções transversais entre a política, a ética e a estética. [...] Eu a chamo de *ecosofia*, não para englobar todas as abordagens ecológicas heterogêneas em uma mesma ideologia totalizante ou totalitária, mas para indicar, inversamente, a perspectiva de uma escolha ético-política da diversidade, do dissenso criativo, da responsabilidade pela diferença e pela alteridade. (GUATTARI, 2013, p. 33 e p. 66)

Para ambos os autores, a abordagem ecosófica tem como fundamento a afirmação de que os indivíduos não preexistem às relações que os constituem: “O relacionismo tem um valor ecosófico porque ele permite relegar a crença de que organismos ou pessoas são coisas que podem ser isoladas de seu ambiente. Falar sobre a interação entre os organismos e o ambiente alimenta ideias falsas, pois *um organismo é uma interação.*” (NAESS, 2008, p. 97)

Da mesma forma, poderíamos dizer que *a atenção é uma interação*. Ela é o mediador essencial, encarregado de garantir minha relação com o ambiente que provê minha sobrevivência: um ser só pode continuar existindo se conseguir “prestar atenção” àquilo de que a reprodução de sua forma de vida depende. Ele deve “zelar” (*to attend to, beachten*) pelo que lhe permite viver, ele deve se preocupar com isso para poder cuidar disso (*care*). *Prestar atenção* – condição que antecede qualquer forma de ação – é uma verdadeira atividade: envolve tecer observações e gestos, respeitando o grau de tensão necessário para manter relações sustentáveis com o nosso meio.

Longe de ser uma competência puramente técnica (como afirma o discurso economicista predominante), a atividade de prestar atenção procede de uma verdadeira *sabedoria* ambiental – uma *ecosofia* –, no seio da qual a orientação dos fins é indissociável de uma avaliação em termos de eficiência. As análises que evidenciam os mecanismos da economia da atenção certamente merecem nosso interesse, pois revelam as novas dinâmicas que se sobrepõem à economia tradicional,

concentrada na produção de bens materiais voltados para o mercado. Mas essas análises precisam ser reenquadradas na perspectiva mais ampla de uma ecosofia da atenção, a única capaz de articular os cinco níveis de reajustes ecológicos necessários para a reprodução das formas de vida que valorizamos. Assim, a ecologia *biofísica* de nossos recursos ambientais, a ecologia *geopolítica* de nossas relações transnacionais, a ecologia *sociopolítica* de nossas relações de classe, a ecologia *psíquica* de nossas capacidades mentais, todas dependem da ecologia *midiática*, que condiciona nossos modos de comunicação<sup>24</sup>.

Esse último nível é ao mesmo tempo o mais superficial (superestrutural), já que parece ser apenas o “reflexo” dos outros quatro, e o mais fundamental (infraestrutural), pois é ele quem decide ao que estamos prestando atenção (ou não). É disso que depende o desenvolvimento ou o esmagamento do que nos é mais caro. Por essa razão, a ecosofia da atenção é para todos nós uma questão vital. Também por isso, começaremos este ensaio com uma análise do status da atenção em nossos atuais regimes midiáticos.

**Tradução**

Carolina Oliveira Forastieri  
Clarissa Ribeiro

**Revisão Técnica da Tradução**

Camilo Venturi  
Gustavo Ferraz  
Virginia Kastrup

**Sobre o artigo**

Recebido: 15/08/2018

Aceito: 16/11/2018

---

<sup>24</sup> Eu tentei desenvolver esse tema em *Renverser l'insoutenable*, Paris, Seuil, 2012.

## REFERÊNCIAS

- AIDEN, Erez & MICHEL, Jean-Baptiste. **Uncharted: Big Data as a Lens on a Human Culture**. New York: Riverhead, 2013.
- AIGRAIN, Philippe. “Attention, media, value and economics”, **First Monday**, vol. 2, nº 9-1, setembro de 1997.
- ALEIDA & ASSMANN, Jan (Org.). **Aufmerksamkeit**. Munich: Fink, 2001.
- BECK, John e DAVENPORT, Thomas. **The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business**. Cambridge (Mass.), Harvard Business School, 2001.
- BLAIR, Ann M. **Too Much to Know: Managing Scholarly Information before the Modern Age**. New Haven (Conn.): Yale University Press, 2010.
- BONNET, Charles. Analyse abrégée de l’Essai analytique, § XXI, in **Œuvres d’histoire naturelle et de philosophie**, t. 7, 1783.
- BOUTANG, Yann Moulrier. **Le Capitalisme cognitif. La nouvelle grande transformation**. Paris: Ed. Amsterdam, 2007.
- CARR, Nicholas. **Internet rend-il bête? Réapprendre à lire et à penser dans un monde fragmenté**. Paris: Laffont, 2011.
- CITTON, Ives. **Contre-courants politiques**. Paris: Fayard, 2018.
- \_\_\_\_\_. **Gestes d’humanités. Anthropologie sauvage de nos expériences esthétiques**, Paris: Armand Colin, 2012.
- \_\_\_\_\_. **Médiarchie**. Paris: Seuil, 2017.
- \_\_\_\_\_. **Mythocratie**. Paris: Ed. Amsterdam, 2010.
- \_\_\_\_\_. **Pour une écologie de l’attention**. Paris: Seuil, 2014.
- \_\_\_\_\_. **Renverser l’insoutenable**. Paris: Seuil, 2012.
- \_\_\_\_\_. **Zazirocratie**. Paris: Ed. Amsterdam, 2011.
- CRARY, Jonathan. **Suspensões da percepção: atenção, espetáculo e cultura moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.
- FALISSARD, Bruno. Les médicaments de l’attention: les doutes d’un praticien. **Espirit**, nº 401, jan. 2014, p. 34-43.
- FALKINGER, Josef. Attention economies. **Journal of Economic Theory**, vol. 133, 2007, p. 266-267.
- FRANCK, Georg. **Mentaler Kapitalismus: Eine politische Ökonomie des Geistes**. Munich: Carl Hanser, 2005
- \_\_\_\_\_. **Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf**. Munich: Carl Hanser, 1998.

GAMBONI, Aurélien. "L'Escamoteur: économie de l'illusion et écologie de l'attention", in BRAITO, Angela et al., **Technologies de l'enchantement. Pour une histoire multidisciplinaire de l'illusion**, Grenoble, ELLUG, 2014, cap. 2.

GOLEMAN, Daniel. **Focus: The Hidden Driver of Excellence**, New York: Harper-Collins, 2013.

GUATTARI, Félix. **Qu'est-ce que l'écophilosophie?**, textos recolhidos por Stéphane Nadaud, Paris, Lignes/IMEC

HAYLES, N. Katherine. Hyper and deep attention: the general divide in cognitive modes. **Profession**, 2007, p. 187.

ILLICH, Ivan. **Du lisible au visible. Sur l'Art de lire de Hugues de Saint-Victor**. Paris: Le Cerf, 1991.

JACKSON, Maggie. **Distracted: The Erosion of Attention and the Coming Dark Age**. New York: Prometheus, 2009

KESSOUS, Emmanuel; MELLET, Kevin & ZOUINAR, Moustafa. L'économie de l'attention. Entre protection des ressources cognitives et extraction de la valeur. **Sociologie du travail**, vol. 52, n°3, 2010, p. 366.

LACHAUX, Jean-Philippe. **Le cerveau attentif. Contrôle, maîtrise, lâcher-prise**. Paris: Odile Jacob, 2011.

LANHAM, Richard. **The Economics of Attention: Style and Substance in the Age of Information**. Chicago: The University of Chicago Press, 2006.

LATOUR, Bruno e LÉPINAY, Vincent Antonin. **L'économie, science des intérêts passionnés. Introduction à l'anthropologie économique de Gabriel Tarde**. Paris: La découverte, 2008.

LAZZARATO, Maurizio. **Puissances de l'invention. La psychologie économique de Gabriel Tarde contre l'économie politique**. Paris: Les Empêcheurs de penser en rond, 2001.

MAXWELL, Richard & MILLER, Toby. **Greening the Media**. Oxford: Oxford University Press, 2012.

MÉCHOULAN, Éric. **La Crise du discours économique. Travail immatériel et émancipation**. Québec: Nota Bene, 2011.

NAESS, Arne. **Écologie, communauté et style de vie**. Paris: Dehors, 2008.

PASQUINELLI, Matteo. **Animal Spirits: A Bestiary of the Common**. Rotterdam: NAI, 2008.

SAUVÉ, Colette. **Apprivoiser l'hyperactivité et le déficit de l'attention**. Montréal: Ed. L'hôpital Sainte-Justine, 2007.

SIMON, Herbert. "Designing organizations for an information-rich world", in Martin GREENBERGER (Org.). **Computers, Communication, and the Public Interest**. Baltimore: Johns Hopkins Press, Baltimore, 1971.

STIEGLER, Bernard. **Économie de l'hypermatériel et psychopouvoir**. Paris: Mille et une nuits, 2008

TARDE, Gabriel. **Psychologie économique**, t.1. Paris: Alcan, 1902.

THOMAS Jacques, VAZ-CERNIGLIA, Célia & WILLEMS, Guy. **Troubles de l'attention chez l'enfant**. Issy-les-Moulineaux: Masson, 2007.

TIPHAIGNE de La ROCHE, Charles. **Giphantie**, t. 1. Paris, 1760.

TOFFLER, Alvin. **Le Choc du futur**. Paris: Denöel, 1974.