

## O Preço da Atenção

---

*Walter Longo*

Confesso que há muito tempo uma coisa vinha me incomodando. Trata-se da relação de ganhos desproporcional entre as personalidades notórias e os que realmente fazem alguma diferença no mundo. Enquanto um jogador de futebol tem seu passe avaliado em milhões de dólares, um pesquisador de laboratório mal consegue seu sustento. Minha leitura do fato trazia como consequência uma visão ácida da sociedade de consumo onde acabamos priorizando o high profile em detrimento do trabalho sério e dedicado. Independente da sua profissão ou modo de vida, o dinheiro que você recebe é diretamente proporcional a capacidade de aparecer, de ser famoso, de atrair a atenção. Se não há nada de especial em relação a sua função, por melhor que ela seja exercida, ou maior que seja o esforço no desempenho, não será valorizado. Antes era possível ser importante na obscuridade. Infelizmente isso já não ocorre mais.

Quem já ouviu a frase "falem mal mas falem de mim" talvez não tivesse imaginado que se tratava de uma revelação pré-monitória de como o mundo iria evoluir dali para a frente. Mesmo um recém nascido aprende que uma atenção negativa é melhor que nenhuma. Estamos saindo de uma era onde a economia é baseada na escassez dos produtos para um período onde a escassez é de atenção.

Economia é o estudo de como a sociedade administra a escassez de recursos. Só que a teoria Malthusiana caiu por terra. A escassez de produtos ou matéria prima, principalmente alimentos já não vale mais. Hoje, nos EUA, a comida é tão abundante e barata que o problema é mais de obesidade que de desnutrição.

No caso da economia da atenção é diferente. Se alguém recebe mais atenção, alguém recebe menos. A torta de atenção pode aumentar com o aumento da população, mas os pedaços da torta permanecem constantes. O índice de atenção per capita simplesmente não se amplia.

Cada vez que uma pessoa se interessa por algo ou alguém, estabelece-se uma transação. Essa transação normalmente não envolve dinheiro. Por isso, toda vez que você prestar atenção em alguém cria-se uma visão ilusória de retorno de atenção. Segundo Thomas Mandel e Gerard Van der Leun, autores do livro Rules of the Net, atenção é a moeda de troca do cyberspaço.

Atenção é um desejo humano fundamental. Tem a ver com aceitação social. Como diz Michael H. Goldhaber, se um dia você acordar invisível e inaudível, apesar de totalmente satisfeito em suas necessidades básicas, passada a atitude voyerista natural, começa a sentir um enorme vazio de irrelevância.

Tudo que você descobrir e não puder dividir com alguém, será uma tortura que também você não poderá expressar para ninguém. Um bom

engenheiro não ganha tanto quanto um jogador de futebol ou cantor de música country porque não atrai a atenção.

Por quê os CEOs ganham cada vez mais, deslocando para muito acima seu padrão salarial em relação ao restante dos empregados? Porque se transformaram em atraidores de atenção externo e interno. Verdadeiros ídolos empresariais dentro e fora das organizações. A cada dia que passa fica mais clara a importância que os executivos "encantadores de serpente" vão exercer nesse novo contexto econômico.

O mais interessante de tudo é que atenção não pode ser comprada simplesmente. Quando anunciantes investem na veiculação de seu anúncio estão apenas garantindo que sua mensagem esteja disponível aos olhos e mentes de seus potenciais consumidores. Alguns desligam o aparelho ou viram a página, outros até assistem enquanto pensam em outra coisa, e com isso a atenção não está garantida. A criatividade pode ajudar no processo, mas mesmo ela não pode garantir nada. Em outros casos até atrapalha.

Quantos comerciais existem que todos lembram de determinada cena ou personagem com detalhes, mas são incapazes de verbalizar o produto ou marca anunciada?

Num mundo cada vez mais multimídia, a atenção é cada vez matéria prima mais escassa ou disputada. O sucesso ou fracasso de um produto, serviço ou mídia daqui para a frente será proporcional a sua capacidade de atrair a atenção de seus consumidores. A atenção não tem preço.