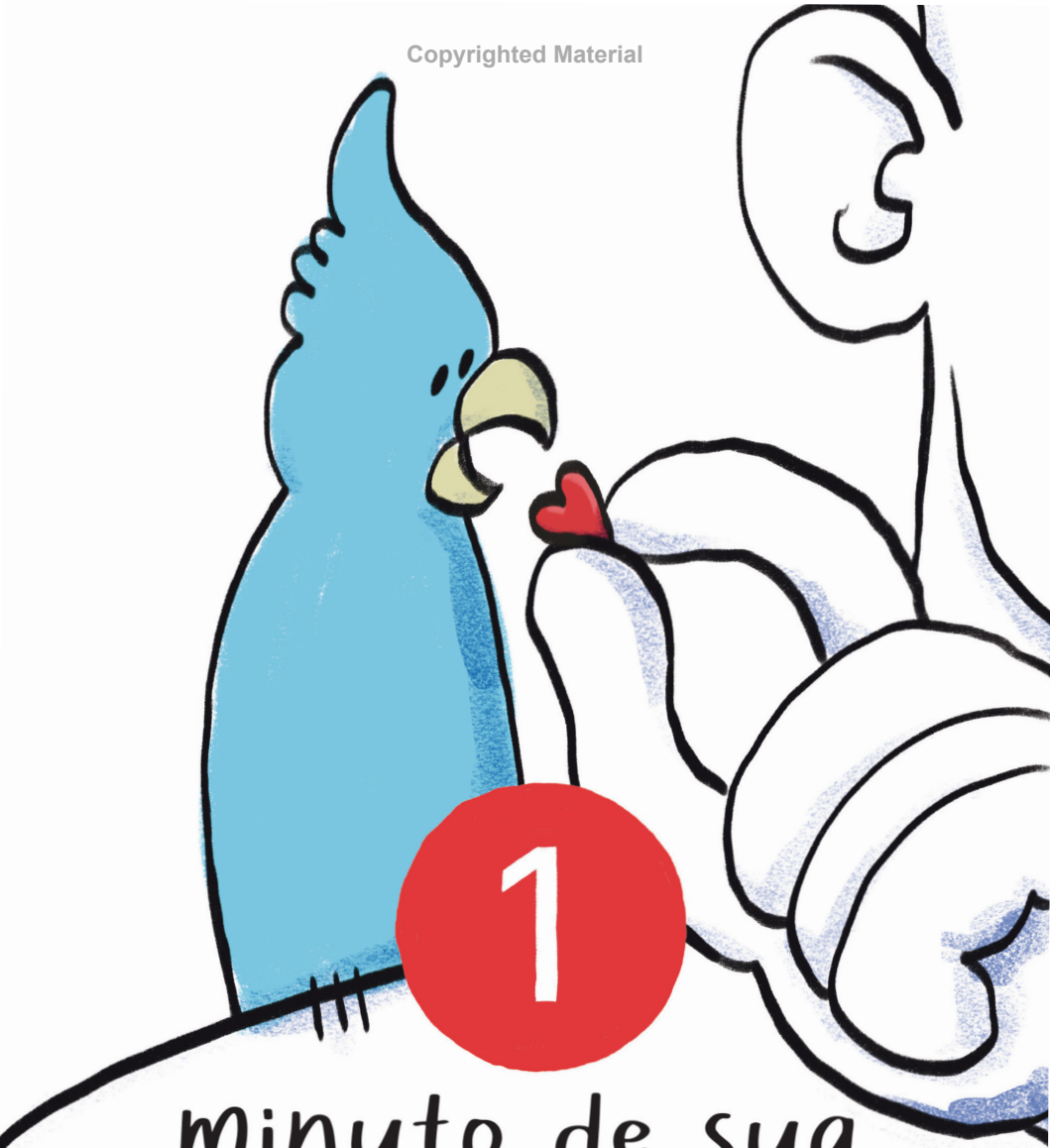




minuto de sua

ATENÇÃO

Erick Carlier

Kim Loeb



VOO

minuto de sua
ATENÇÃO

Erick Carlier

Kim Loeb

1 minuto de sua ATENÇÃO

@2026 Erick Benikes Carlier e Kim Loeb

Autores | Erick Benikes Carlier e Kim Loeb

Capa e ilustrações | Kim Loeb

Coordenação editorial | Claudia Kubrusly

Edição e preparação de texto | Priscila Seixas

Projeto gráfico | Suiane Cardoso

Diagramação | Maurício Carneiro

Revisão | Raquel Benchimol

Catálogo na publicação Elaborada por Bibliotecária Janaina Ramos - CRB-8/9166
C282u
Carlier, Erick Benikes
1 minuto de sua atenção / Erick Benikes Carlier, Kim Loeb. - São Paulo: Voo, 2026.
248 p., il.; 14 X 21 cm
ISBN 978-65-6216-000-0
1. Economia da atenção. 2. Mídias sociais. 3. Big techs. 4. Inteligência artificial. I. Carlier, Erick Benikes. II. Loeb, Kim. III. Título.
CDD 302.23
Índice para catálogo sistemático I. Economia da atenção



IMPRESSO NO BRASIL



CADEIA RESPONSÁVEL



UM POR UM: CADA LIVRO, UMA CONTRAPARTIDA SOCIAL



Reservados todos os direitos de publicação à:
Editora Voo Ltda.
Avenida das Comunicações, 265, Setor 1 MOD A-07,
Osasco/SP – CEP 06.276-190
www.editoravoo.com.br

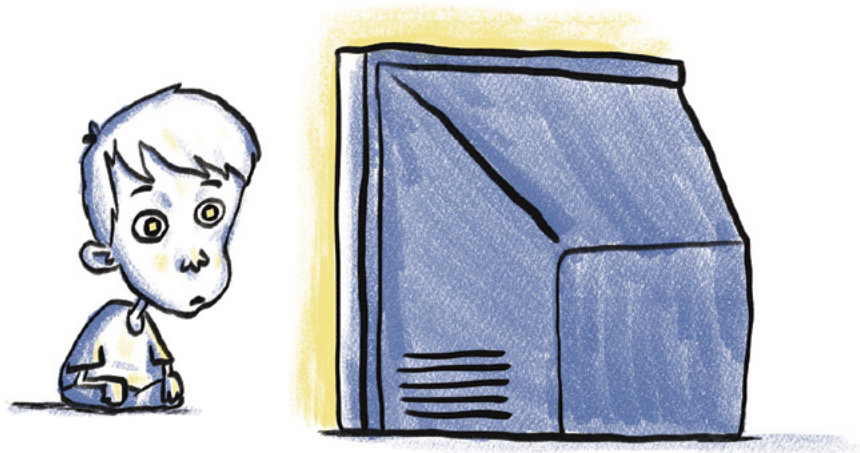
“ Com o que pagamos
quando pagamos
com nossa atenção?
Pagamos com todos os
futuros que poderíamos
ter vivido, mas não
viveremos.

JAMES WILLIAMS.

filósofo e ex-estrategista de anúncios da Google

Eu me lembro de quando era criança e amava assistir à TV por horas seguidas. Meus pais ficavam loucos e faziam de tudo para me desgrudar da tela. Brigavam comigo dizendo que meu cérebro iria derreter, meus olhos cairiam da cara... Mas, no fim, nada me separava do meu grande amor.

No fundo eu acreditava (ou queria acreditar) que não tinha nada de errado acontecendo. O que eram míseras horinhas de TV?



Hoje, mais velho, observo o tempo de tela do universo ao meu redor — minha família, meus amigos, estranhos nos restaurantes, pais e mães enquanto brincam com suas crianças, no trabalho, no elevador, na academia e até no trânsito. Todos estão sempre falando com preocupação das crianças, mas percebo uma dependência em gente de todas as idades. Confesso que me bate um leve desespero. Especialmente com a constante compulsão de checar o aparelho celular e com a quantidade de tempo dedicada às redes sociais e aos games.

Eu não sou exceção à regra. Também confiro o celular quase como um tique. Tento me disciplinar e estar mais presente como posso, mas parece uma tarefa impossível.

SERÁ QUE ESTOU
VIRANDO UM
VELHO CHATO
OU SERÁ QUE A COISA ESTÁ
DIFERENTE DESSA VEZ?

Toda geração sempre teve seu “pânico moral”.

Quando chegaram os livros, muita gente tinha medo de que acabassem as discussões em público.



Criança hoje só querer
saber ver desenho.

Bom mesmo ser
minha época.

Quando chegou o rádio, de que as pessoas se isolassem.

Quando chegou a TV, de que o cérebro das crianças derretesse.



POR QUE
COM O
CELULAR

SERIA
DIFERENTE?



Pela primeira vez na história, com o celular, a mídia...



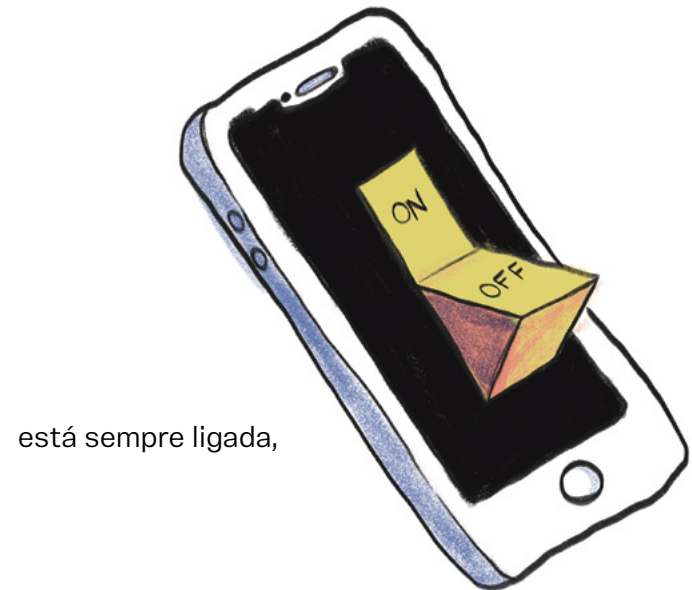
é portátil,

tem conteúdo infinito,



Atenção!
Hoje é aniversário
do seu amigo e você ainda
não deu parabéns!

permite socialização,



está sempre ligada,

é personalizada para cada usuário,



Só faltam duas
páginas para terminar
o capítulo!
Corra para ler!



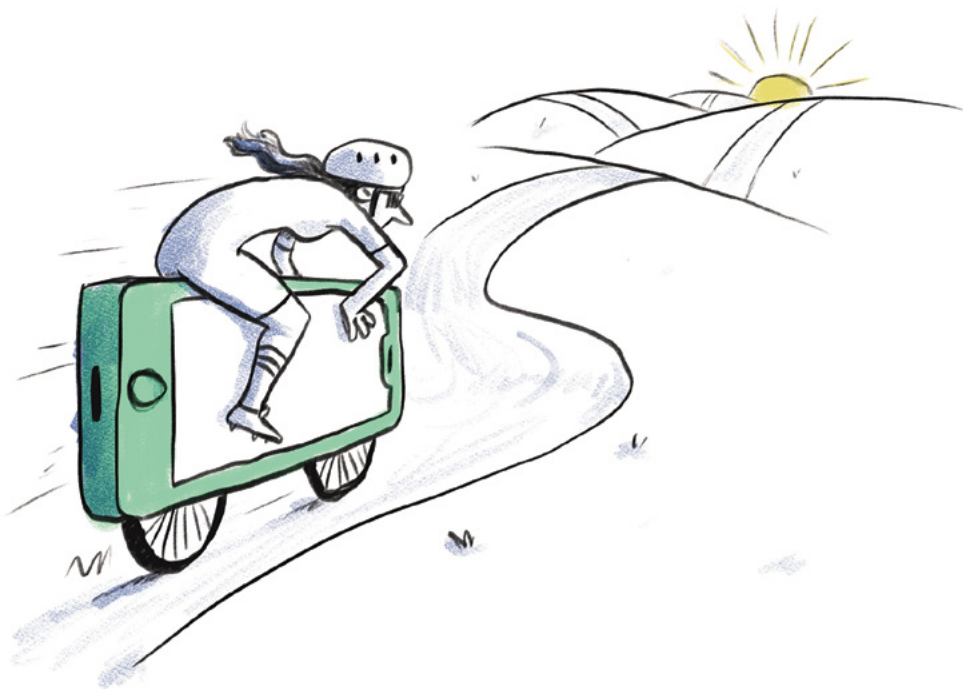
é capaz de nos
interromper
mesmo quando
o aparelho está
inativo,

tem o conteúdo
recomendado
por inteligência
artificial e não por
outros humanos.



Mas não se pode negar que o celular também tem muita coisa boa. Afinal, ele é só uma ferramenta, não?

Será o celular uma ferramenta como a bicicleta, em que você monta para chegar mais rápido do ponto A ao ponto B? Ou essa bicicleta às vezes acaba decidindo o caminho, mudando de rumo, parando em lugares aonde você não planejava ir? A gente está no controle total do que faz no celular?



E ainda muito se discute: será que o problema é o celular em si? Ou são os conteúdos que vemos nas plataformas? Serão as redes sociais? As telas? A tecnologia? Ou a nossa falta de disciplina e autocontrole?

Chega de perguntas!



Para separar o joio do trigo e entender qual é o real problema, pensei na seguinte comparação...

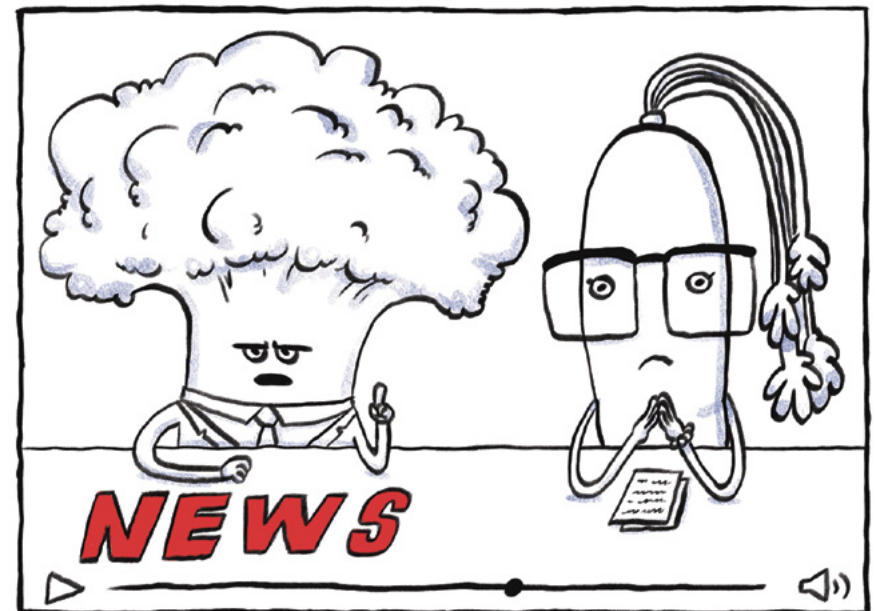
Conteúdo é como comida.

Conteúdo é tudo aquilo que a gente consome *online*: posts, notícias, artigos, vídeos, filmes, séries...



Assim como a comida, existem conteúdos com diferentes nutrientes.

Às vezes, lemos artigos densos e completos *online* — conteúdo com “mais nutrientes”.



Às vezes, só queremos ver vídeos de gatinhos fofos brincando, o que é como comer uma barra de chocolate — menos “nutritiva”, mas deliciosa mesmo assim! [Eu amo, inclusive.]

Plataformas digitais são como restaurantes.



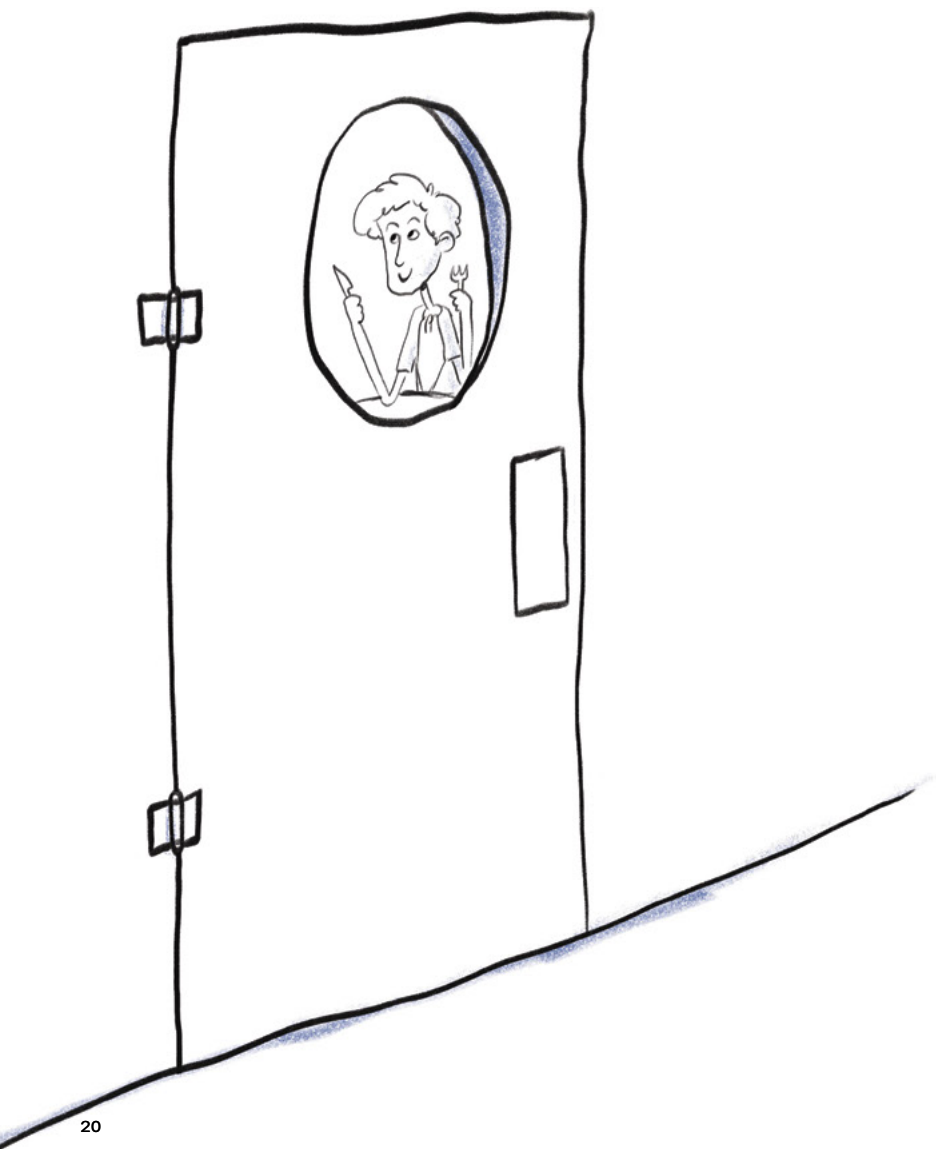
Enquanto estes nos trazem a comida, as plataformas trazem conteúdos de todos os lugares do mundo até os nossos celulares.

Restaurantes lucram mais quando comemos mais. Eles não têm interesse de que a gente pegue só uma saladinha e saia, mas sim que façamos duas entradas, três dos pratos mais caros e cinco sobremesas antes de pedirmos a conta.



Já as plataformas digitais lucram com quanto mais conteúdo consumirmos, apesar de serem “gratuitas” para nós, usuários.

Imagine se, para ter mais lucro, alguns restaurantes comessem a colocar “temperinhos” que **aumentam nosso apetite.**

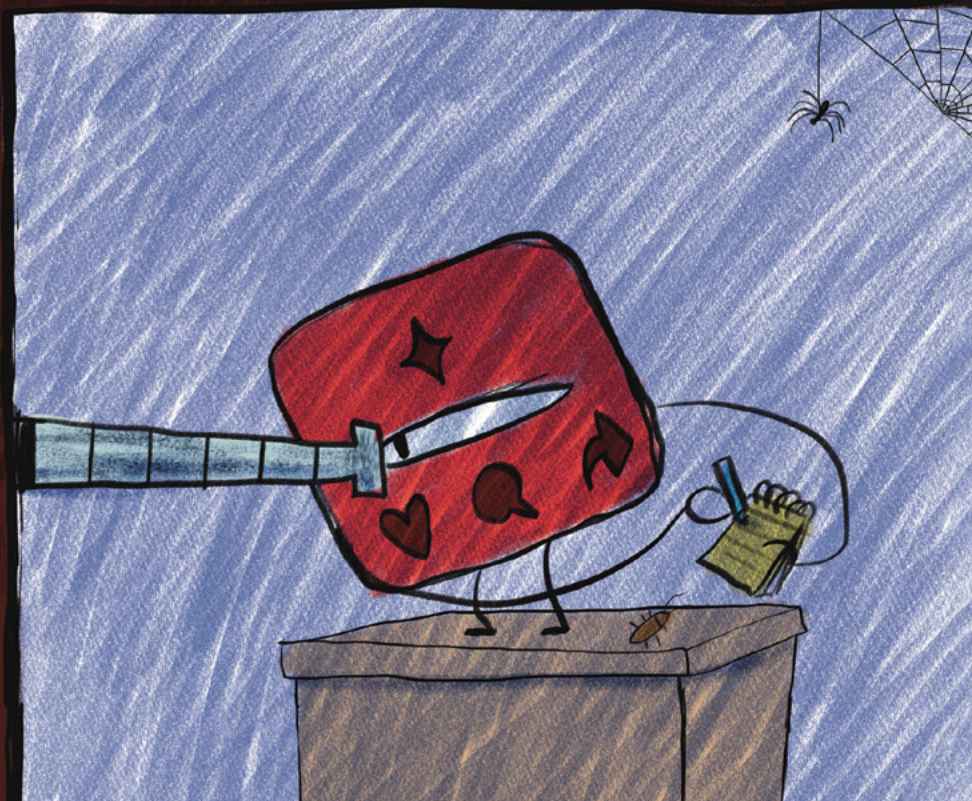


Vamos ao restaurante para acabar com a fome, mas, quanto mais comemos, mais ficamos com fome e mais pratos pedimos...





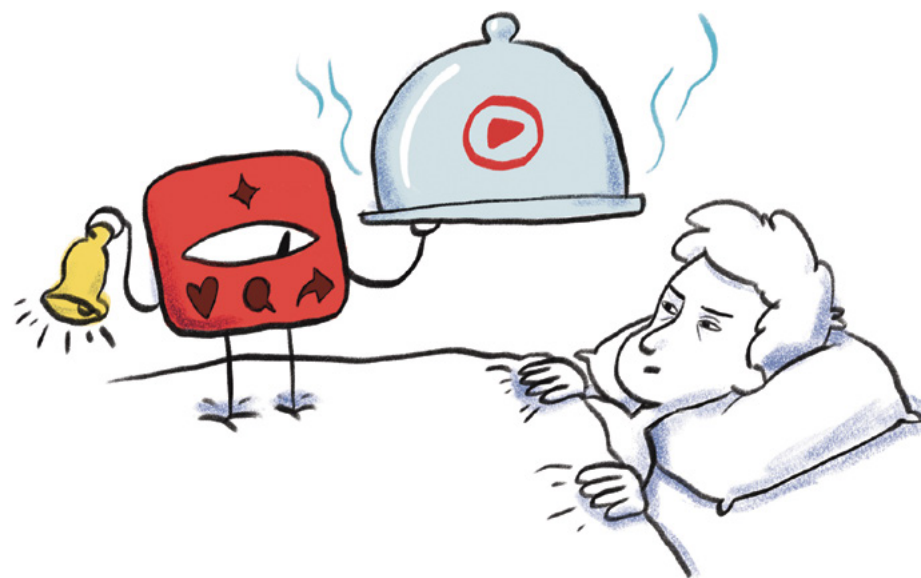
Agora, imagine se os restaurantes nos **espionassem**, invadindo completamente a nossa privacidade, colocando um GPS no nosso bolso, nos perseguindo e escutando os momentos mais íntimos com o intuito de entender nossos gostos, rotinas e preferências.



E ainda nos **abordassem** em momentos aleatórios para oferecer mais comida. A qualquer hora!



Faça chuva, faça sol. Dia ou noite...



Persuadindo a gente a comer mais, mesmo quando nosso objetivo fosse outro.



E tanto faz se fosse uma pizza ou um brócolis (gatinhos fofos, política, dicas de jardinagem ou dancinhas). Já que nos estudaram tão bem, eles saberiam oferecer **exatamente** aquilo que fosse mais irresistível para nós naquele momento.





Este é o **EXTRATIVISMO DE ATENÇÃO:**

- EXTRAÇÃO
- EXPLORAÇÃO
- RETIRADA

As plataformas digitais usam diversos mecanismos com a intenção de manipular o seu, o meu e o nosso senso de recompensa, validação social e níveis de dopamina.



Enviam notificações intrusivas para nos interromper e fisgar de volta à plataforma.

Utilizam, por trás de tudo, algoritmos poderosos que conseguem absorver, cruzar e usar dados sobre a gente: o que acessamos *online*, conteúdos que nos deixam engajados (por mais ou menos tempo, às vezes em micromilésimos de diferença), nossa localização em tempo real e muitos outros — é o que quero dizer com “nos espionar e estudar”.



E, ainda, aplicam inúmeros artifícios e estratégias de design manipulativo para atrair e manter a nossa interação.

TUDO ISSO PARA MAXIMIZAR O NOSSO TEMPO DE TELA.



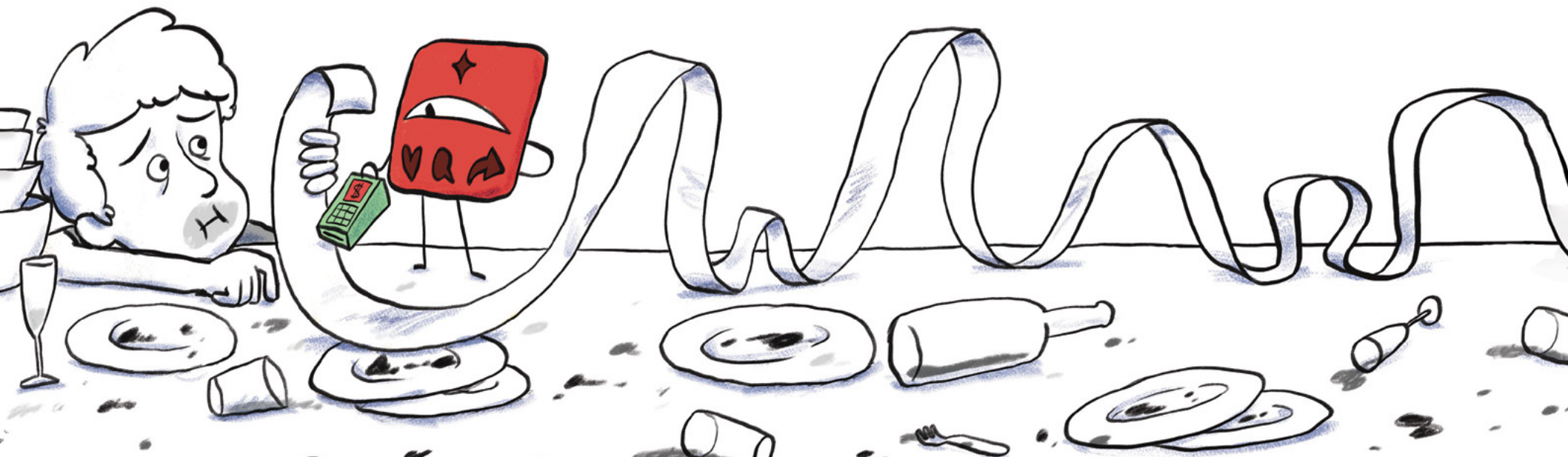
Assim como na relação restaurantes e comida, não há nada inerentemente errado com plataformas e conteúdo. Mas as técnicas do extrativismo de atenção **precisam ser questionadas**, porque a conta chega alta.

Pense em todos os problemas de saúde que teríamos se os restaurantes realmente se utilizassem daqueles truques: obesidade, diabetes, doenças arteriais...

Ao aplicarem essas técnicas de extrativismo de atenção em larga escala, um número crescente de estudos tem associado as plataformas digitais a uma série de consequências negativas, incluín-

do impactos na saúde mental, cognição, memória, desenvolvimento infantil e socialização — alguns chamam isso de “brain rot” (podridão cerebral). Essas consequências não se restringem ao nível individual, mas também afetam o coletivo, manifestando-se nas formas de extremismo, polarização, negacionismo e autoritarismo.

Tristan Harris, um especialista em ética amplamente consultado pelo congresso dos Estados Unidos sobre o tema, cunhou o termo **“rebaixamento humano”** para descrever o agrupamento de todos esses impactos. É um nome bem forte, eu sei... mas tendo a concordar com ele.





Continue sua leitura do livro!



[CLIQUE AQUI](#) para comprar seu exemplar ou acesse pelo QR Code abaixo.



Conferir o celular é a última coisa que você faz antes de dormir e a primeira ao acordar? Alguma vez sentiu o aparelho vibrar no bolso quando na verdade ele nem tocou? E quando você vai olhar uma coisinha rápida e, de repente, perde a noção do tempo sem nem lembrar como foi parar ali?

No século passado, o petróleo ergueu grandes fortunas. Mas a mercadoria mais valiosa de todos os tempos está dentro de você:
a sua atenção.

Você luta todo dia sozinho contra bilhões de dólares e as mentes mais brilhantes do planeta, munidas com IAs que se otimizam em tempo real. Será que mais autocontrole e desativar notificações são as soluções? *Spoiler*: não são.

"Este livro é a melhor coisa já foi feita sobre esse tema para jovens. Adultos também podem se beneficiar."

Josh Golin, Diretor Executivo no FairPlay:
Childhood beyond brands.

"O livro é incrível! Fiquei encantada, não só pelo conteúdo, mas também pelas ilustrações"

Flavia Melissa, mãe, psicóloga e autora *bestseller*

"Este guia revolucionário sobre tecnologia para famílias é um 'manual do usuário' único e inteligente para que as famílias gerenciem seu recurso mais importante: SUA PRÓPRIA ATENÇÃO. Uma ferramenta de aprendizado excepcional e poderosa."

Mark Morenz-Harbinger, pai, professor e fundador do Hug Morenz Foundation for Media Literacy

