

# Se a atenção é escassa, a informação é luxo

POR KEITILINE VIACAVA

**S**e estivéssemos atentos a tudo o que acontece ao nosso redor, ficaríamos paralisados diante do volume de informações. Como alternativa, elegemos apenas o que é relevante, apoiados por um processo cognitivo básico denominado atenção seletiva, ou Fenômeno da Festa de Coquetel: a capacidade mental que nos permite focalizar uma única conversa em meio a uma caótica festa, por exemplo. Ultimamente, temos sentido a necessidade de aprender mais sobre o nosso processo atencional, talvez porque ele tenha sido mais exigido. Como dizia Herbert Simon, ganhador do Prêmio Nobel de Economia em 1978: "Num mundo onde a informação é escassa, e onde os problemas são simples e pequenos, a informação é sempre útil. Já num mundo onde a atenção é escassa, a informação é um luxo, pois pode deslocar o foco do que é importante". O fato é que o segundo cenário parece refletir melhor o que vivemos hoje. Fora dos ambientes escolares, ainda falamos pouco sobre a atenção, embora ela nos acompanhe por toda a vida e seja um processo subjacente à tomada de decisão, memória, aprendizagem e, até mesmo, mudanças. Pesquisas em neuroeconomia desenvolvidas no laboratório de Antonio Rangel, em Caltech, na Califórnia, sugerem que a atenção dedicada para determinado estímulo ou situação pode prever preferências na tomada de decisão.

Antes de decidirmos entre diferentes opções, é preciso olhar para elas, o que acontece mesmo de maneira pouco consciente, em uma fração de milissegundos, como se o pensamento estivesse em outro lugar. De forma similar, para memorizarmos e aprendermos algo, também precisamos alocar atenção.

A atenção pode estar associada ao tipo de concentração ou foco que escolhemos dar para algo, seja guiado por valência física (ou seja, cor, tamanho, posição, forma e luminosidade) ou emocional (risco e recompensa) do estímulo ou da situação. Ela também pode se referir ao nosso comportamento de preparar-se antecipadamente para adquirir mais

informações. Por exemplo, na ocasião do planejamento de uma reunião para coletar mais detalhes a respeito de algum problema em busca de solução.

Não raramente, somos atraídos para certas situações de forma automática. Esse tipo de atenção opera de maneira implícita e, se ocorrer de forma sistemática, pode configurar um viés não consciente da atenção. Consiste na tendência de direcionar a atenção para determinadas classes de estímulos (positivos ou negativos), geralmente dotados de alta valência emocional, como direcionar a atenção para um bolo de chocolate em vez de para uma salada de frutas. Outras vezes, concentraremos nossa atenção de forma deliberada, explícita, quando temos objetivos claros, que necessitam de foco e determinação. É curioso como a atenção pode ser a base para nossos processos cognitivos mais elevados e, ao mesmo tempo, receber tão pouco enfoque nas ações voltadas ao autoconhecimento. Em um mundo onde a atenção é escassa, precisamos aprender mais sobre quais informações selecionar, descartar e, ainda, transmitir adiante para guiar planos, ações e tomadas de decisões.

A forma predominante como a atenção é operacionalizada na nossa mente, se de maneira voluntária ou involuntária, também merece a nossa compreensão, pois influencia o quanto conseguimos orientá-la à busca de informações guiadas aos nossos objetivos.

Ainda que tenhamos a capacidade de seletividade da atenção, não estamos isentos de sermos capturados por determinadas informações no dia a dia sem que estejamos totalmente conscientes. Assim, quanto mais cientes estivermos a respeito desses processos, melhor conseguiremos controlá-los. Sabendo disso, é chegada a hora de prestar atenção no que está capturando a nossa atenção. **hmt**



© SIANE TSCHIEDEL

**KEITILINE VIACAVA**, Ph.D., é professora executiva em cognição gerencial e organizacional no DM.Lab. Realizou pós-doutorado em neurociência cognitiva na Universidade de Georgetown, em Washington, D.C., e é doutora em Psicologia pela UFRGS. É associada da Society for Neuroscience (SfN) e da Academy of Management (AoM), ambas nos Estados Unidos. [krv@decisionmakinglab.com.br](mailto:krv@decisionmakinglab.com.br)