# PREFÁCIO

Nunca estive com Nir Eyal ao vivo. Mas percebi, no contato virtual (ele me mandou uma DM no Twitter), um rapaz obcecado e cuidadoso com as palavras. Seguimo-nos há algum tempo nas redes sociais. Na ocasião do lançamento nos EUA, gentilmente, ele me enviou uma cópia do livro novo dele, *Indistractable*. Antes de falar desta obra, lembro a quem não o conhece, que Nir é o celebrado autor de *Hooked*, o best-seller que encantou o Vale do Silício. Com uma linguagem simples e precisa, o autor contou segredos de como se relacionar e engajar o público na era digital. Ou seja, o que todo mundo está louco para saber. Dos veículos de comunicação à indústria farmacêutica; do grande varejo à manicure da esquina, estamos todos necessitados em reaprender e praticar o relacionamento com o cliente. Em *Hooked*, ele confidenciou o modo de como ficar grudado nas plataformas digitais. Agora, com *Indistractable*, Nir trilha o caminho inverso. Compartilha aprendizados para compensar o "estrago" causado pela contaminação que nossas vidas sofreram com a mediação dos algoritmos e redes sociais. O feiticeiro entrega o antídoto contra o feitiço. Nir aponta caminhos possíveis e as virtudes da desconexão. É uma prática preciosa. Vivo imerso nas redes há mais de 10 anos. Hoje, com cerca de 13 milhões de seguidores, busco encontrar, ainda sem muita disciplina, dietas que poderiam ser batizadas de "detox digital". Vez ou outra, como no início de 2019, consegui mergulhar por 15 dias em um retiro de meditação na Índia, sem telefone, TV ou noticiário. Desliguei o barulho externo para entrar em contato com os ruídos internos. Encontrei novas conexões, com a natureza, com novas pessoas e, principalmente, comigo mesmo. Fui praticar o que Nir chama no novo livro de "destracionar", tirar a tração do que não vale a pena. Trata-se de um aprendizado importante. A palavra tração, o fluxo que nos move, está dentro da palavra distração, aquilo que bagunça o fluxo. Este é o ponto central e valioso de *Indistractable*: viver a vida que queremos não é só fazer as coisas certas; mas, principalmente, é deixar de fazer as erradas - as que tiram a tração do movimento em direção ao que importa.

Marcelo Tas, Jornalista e Apresentador de TV

# Introdução

# De *Hooked* (*Engajado*) a *(In)distraível*

Se você adentrar nas principais empresas de tecnologia, verá um livro de capa amarela nas prateleiras da maioria delas. Eu o vi no Facebook, Google, PayPal e Slack. Ele é distribuído em conferências de tecnologia e eventos de treinamento das empresas. Um amigo que trabalhou na Microsoft me contou que o CEO, Satya Nadella, levou um exemplar à empresa e o recomendou a todos os funcionários.

O livro, *Hooked*: ("Engajado: como criar produtos e serviços formadores de hábitos"), foi um best-seller do *Wall Street Journal* e, no momento da escrita deste livro, continua em primeiro lugar na categoria "Produtos" da Amazon.[1] Pode-se dizer que *Hooked* é uma espécie de "livro de receitas". O livro contém uma receita para capitalizar o comportamento humano ou, em outras palavras, alavancar o comportamento de cada um de nós. As melhores empresas de tecnologia sabem que, para ganhar dinheiro, elas precisam nos convencer a continuar voltando, e o modelo de negócios delas depende disso.

Sei disso porque passei a última década pesquisando os fatores psicológicos por trás do sucesso de algumas das melhores empresas do mundo e que lhes possibilitam criar produtos de grande apelo ao público. Passei anos ensinando futuros executivos na Faculdade de

Pós-graduação em Administração da Stanford e no Instituto de Design Hasso Plattner da Stanford.

Escrevi *Hooked* na esperança de que startups e empresas com interesses sociais usassem esse conhecimento para criar novas maneiras de ajudar as pessoas a ter hábitos melhores. Por que os gigantes da tecnologia não podiam compartilhar esses segredos? Não seria bom se pudéssemos usar os mesmos conhecimentos que fazem com que os videogames e as mídias sociais sejam tão atraentes para criar produtos voltados a ajudar as pessoas a viver melhor?

Desde a publicação de *Hooked*, milhares de empresas usaram o livro para ajudar os usuários a desenvolver bons hábitos. O Fitbod é um aplicativo fitness que ajuda as pessoas a manter uma rotina de exercícios. A Byte Foods se propõe melhorar a alimentação das pessoas oferecendo máquinas de venda automática inteligentes conectadas à internet abastecidas com bebidas e alimentos frescos preparados na região. O Kahoot! é um aplicativo para fazer quizzes divertidos e interessantes voltados a ajudar qualquer pessoa a aprender.[1*]

Queremos produtos amigáveis, fáceis de usar e que também nos ajudem a formar bons hábitos. Produtos com um apelo maior, capazes de "fisgar" a atenção dos usuários, não são necessariamente um problema. Pelo contrário, eles representam um progresso.

Mas eles também podem ter seu lado negativo. Como escreveu o filósofo Paul Virilio: "Quando alguém inventa o navio, também inventa o naufrágio".[2] No caso de produtos e serviços amigáveis, as mesmas coisas que fazem com que eles sejam interessantes e fáceis de usar também podem fazer com que eles sejam uma distração.

Para muitas pessoas, essas distrações podem sair do controle, dando a elas a sensação de impotência, como se acreditassem que não têm

---

1* Eu gostei tanto do jeito como a Kahoot! e a Byte Foods usaram o meu livro que decidi investir nas duas empresas.