

# A formatação da sociedade

Sérgio Amadeu da Silveira



**A superindústria do imaginário: Como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível**  
Eugênio Bucci  
Editora Autêntica  
448 páginas  
R\$ 74,90

O que pode fundamentar e até mesmo explicar o enorme sucesso das redes digitais e a grande atração de milhões de pessoas pelas plataformas de relacionamento on-line? Tal primazia comunicacional seria causada pela operação dos sistemas algorítmicos, pela formação de perfis a partir dos dados coletados massivamente dos indivíduos ou pelas soluções sociotécnicas concretizadas em redes neurais e outras aplicações do aprendizado de máquina? Um livro quer nos apresentar algumas respostas. Extremamente ousado e original, este livro nos convida a observar mais profundamente a turbulência opaca da nossa contemporaneidade, sugere retomar leituras de autores que estavam no fundo da estante e a navegar entre disciplinas que podem mostrar que o capital formata subjetividades, orienta desejos e extrai valor até mesmo do mais inocente entretenimento.

Em *A superindústria do imaginário*, noções e conceitos como o telespaço público, a instância da imagem ao vivo, a videologia, o olhar como trabalho e o valor de gozo estão mais do que articulados. Na obra, Eugênio Bucci nos apresenta as relações entre eles como elementos cruciais para a compreensão do fenômeno comunicacional que estrutura nossas vidas.

Atualizando Guy Debord (1931-1994) em tempos de internet, o autor nos oferece um caminho para compreender como o capitalismo aprendeu a produzir imagens sintetizadas industrialmente, explorando o olhar e comercializando aquilo que “o olhar produz e não apenas em função daquilo que o olhar pode ver”. Mesmo sem dialogar com André Gorz (1923-2007), não é possível ler o livro sem lembrar da sua caracterização do capitalismo como imaterial.

Com a definição de superindústria do imaginário, o autor parece considerar insuficientes as definições como big techs e plataformas, para representar o fenômeno das estruturas do capital que fabricam o valor no imaginário, sendo capaz de explorar filões de linguagem, apropriar-se de signos comuns e escravizar o olhar social. Inspirado pelo psicanalista Jacques Lacan (1901-1981), empresta da jornalista Jeanne Marie Machado de Freitas (1931-2009) passagens sobre o paradoxo do sujeito que sempre está dividido, uma

vez que o corpo que fala não tem o gozo da fala no lugar de sua produção.

Dialogando com profundidade sobre a noção de ideologia, Bucci busca mostrar que a comunicação entrou na instância da imagem ao vivo e levou a ideologia a se reconfigurar em videologia, gerando um novo tipo de valor. O imaginário está condicionado nesse contexto. Os ocultamentos ideológicos não se dão mais pelas palavras, mas principalmente pelas imagens ao vivo. Para Bucci, essas imagens dispensam o pensamento e clamam por filiações videológicas, estéticas e valorativas.

Na obra, as profundas mudanças trazidas pela superindústria do imaginário são apresentadas em cinco dimensões. A primeira está na emergência de um telespaço público que recobre o planeta e distorce a velha esfera pública. A segunda, nas alterações das espacialidades e temporalidades jamais vistas. A terceira, na subordinação da palavra à imagem eletrônica que desestrutura completamente os padrões comunicacionais. A quarta está no colapso do sujeito que se torna “muito mais fragmentado, mais incerto, mais descentrado e ainda mais descartável”. A quinta dimensão está na redefinição do valor de troca da mercadoria, que, “sob o império da imagem, agora se compõe do valor do trabalho e também do valor do olhar para conformar o valor de gozo”.

Com o conceito de valor de gozo, Bucci arrisca uma importante contribuição à teoria do valor. A partir de sua descrição, podemos ver a reprodução do capital agigantada pelo valor de gozo. Como bem explicitou, “para fabricar o valor de gozo, o capital explora trabalho e, principalmente, olhar – que entra na fórmula não como polo receptor de imagens, mas como fator de produção de signos, numa fórmula espantosa”. Os objetos digitais trariam o potencial do gozo, tal como as falas nas redes de relacionamento on-line e nas efusivas danças do TikTok ou do Instagram. Aqui parece que as antigas teorias do valor-trabalho e a teoria do valor-utilidade foram convocadas e declaradas submissas a uma teoria do valor-imagem, mas a imagem que porta o poder do gozo. Temos aqui uma leitura indispensável.

Sérgio Amadeu da Silveira é professor associado da Universidade Federal do ABC (UFABC).