

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROJETO DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

SAMUEL DA CUNHA SOARES

VALOR, IMAGEM E TRANSUBSTANCIAÇÃO
A produção de dados para o capital em crise e a mediação tecnológica da
forma-mercadoria

JUIZ DE FORA
MINAS GERAIS – BRASIL
JUNHO - 2025

SAMUEL DA CUNHA SOARES

VALOR, IMAGEM E TRANSUBSTANCIAÇÃO

A produção de dados para o capital em crise e a mediação tecnológica da
forma-mercadoria

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Ciências Sociais como parte das
exigências para obtenção do título de Mestre em
Ciências Sociais pela Faculdade de Ciências Humanas
da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Francisco Perez Reyna.

Coorientador: Prof. Dr. Wécio Pinheiro Araújo.

JUIZ DE FORA

MINAS GERAIS – BRASIL

JUNHO - 2024

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Soares, Samuel da Cunha.

Valor, imagem e transubstanciação : A produção de dados para o capital em crise e a mediação tecnológica da forma-mercadoria / Samuel da Cunha Soares. -- 2025.

113 p.

Orientador: Carlos Francisco Pérez Reyna

Coorientador: Wécio Pinheiro Araújo

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2025.

1. Crítica da economia política da informação. 2. Imagem e percepção social. 3. Produção de dados. 4. Plataformas digitais. 5. Crítica do valor. I. Reyna, Carlos Francisco Pérez, orient. II. Araújo, Wécio Pinheiro, coorient. III. Título.

FOLHA DE APROVAÇÃO

SAMUEL DA CUNHA SOARES

VALOR, IMAGEM E TRANSUBSTANCIAÇÃO

A produção de dados para o capital em crise e a mediação tecnológica da
forma-mercadoria

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Ciências Sociais como parte das
exigências para obtenção do título de Mestre em
Ciências Sociais pela Faculdade de Ciências Humanas
da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Aprovado em

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Carlos Francisco Perez Reyna (UFJF)

Coorientador: Prof. Dr. Wécio Pinheiro Araújo (UFPB)

Examinador: Prof. Dr. Eli Borges Junior (UFJF)

Examinador: Prof. Dr. Emerson Campos Gonçalves (FAMES/UFES)

À Eliseu Rangel, que por escolha se fez meu amigo e meu pai. Minha gratidão, amor e saudade. Que esta pesquisa sirva de guia para parte da compreensão e crítica do espírito de miséria deste mundo, que sempre incomodou a nós dois.

AGRADECIMENTOS

Vir para Juiz de Fora para fazer este mestrado foi uma conquista e também um desafio, talvez o maior da minha vida adulta. Ninguém da minha família possui carreira acadêmica, sequer compreendem bem o que eu faço nas tantas vezes que me questionam e eu tento com esforço explicar sobre meu tema, sobre fazer pesquisa e sobre o trabalho solitário de casa. Entretanto, nunca me deixaram faltar a atenção, o carinho e o apoio que eu precisava, por isso preciso agradecê-los em primeiro lugar.

À minha tia Joelma, que por tantas vezes me deu caronas durante a graduação, e que quando eu contava sobre meus planos de mestrado e de me mudar para Juiz de Fora, sempre me incentivou e me encorajou quando eu tinha medo e dúvidas do que fazer.

À minha avó Sírria, que é para mim como uma segunda mãe, pelas comidas gostosas sempre que volto para visitar, pelos potes de alho batido que tanto me ajudam no dia a dia e deixam minhas comidas mais saborosas, como as dela são, e pelo carinho, que acalenta meu coração e me emociona só de pensar.

Ao meu pai, Evandro, por todo o incentivo e estrutura e por nunca ter deixado de acreditar nos meus sonhos, dos mais lúdicos aos mais pragmáticos, e por isso mesmo pude ter a persistência de também acreditar em mim.

À minha mãe, Marina, e à minha irmã, Letícia, que sempre me ensinaram sobre resiliência e companheirismo, pelas conversas e aconchego que mesmo tantos anos morando longe, me fazem ter a sensação de que estou em casa.

Ao meu pai de criação, Eliseu, que infelizmente não está mais entre nós, mas que estará em meu coração para sempre, por me ensinar ao mesmo tempo o cuidado pelos outros e um descontentamento sobre este mundo, mesmo que o tenha feito sobre seus preceitos religiosos. Gostaria de poder lhe dizer o quanto lhe entendi na sua preocupação social e na sua revolta e o quanto isso sempre me inspirou, mesmo compreendendo suas frustrações sobre isso e sua dor. Carregarei a certeza do impacto que sua vida teve sobre as outras pessoas, numa influência que revolucionários de gabinete apenas sonham em ter. Que eu possa ter metade dessa potência que você possuía.

Ao meu avô Noel, que dividi por tantos anos meu cotidiano onde pudemos nos tornar, mais que família, grandes amigos, com uma amizade que carregarei em meu coração por toda essa vida, cultivando aprendizados conjuntos em nossas diferenças de idade, conversas profundas e outras nem tanto, mas que são igualmente importantes para mim. Me passou a maldição e paixão de torcer para o Fluminense Football Club, que apesar das dores de cabeça

nos trouxe também muitas alegrias e lindas memórias. Nunca me esquecerei da final da Libertadores que assistimos juntos e nem do dia de hoje, em que escrevo estes agradecimentos, em que nosso time bateu a poderosa Inter de Milão na Copa do Mundo de Clubes. Ver a sua alegria me alegra duplamente. Infelizmente, vem passando por um momento grave de saúde, mas sem perder o bom humor e vontade de estar vivo. Que logo logo você volte às suas longas caminhadas. Estarei daqui com os melhores pensamentos e, quando possível, por perto para cuidá-lo como tanto cuidou de mim.

Não teria passado por esses dois anos e meio sem o suporte também dos meus amigos, daqueles que eu já carregava no peito e daqueles que Juiz de Fora me proporcionou. Ao Caio e ao Antônio, meus melhores amigos, que amo e carrego no peito a anos e que, infelizmente, a vida adulta atrapalhou as recorrentes conversas online e as jogatinas sempre de algum jogo ruim diferente, o que não importa propriamente, mas sim estarmos presentes, trocando ideias e experiências, mesmo à distância. À Lara, pelas conversas nas aulas de antropologia visual, por ter acatado minha ordem de assistir One Piece e por me servir de referência. Desejo as maiores conquistas na trajetória acadêmica e que possamos nos encontrar pelo caminho. Ao Guilherme, anarquista e gaitista na mesma proporção, grande amigo que Juiz de Fora me concedeu, e a Tobias, seu irmão de quatro patas, que sempre me recebeu com fungadas suspeitas mas educadas. Agradeço por me introduzir ao jiu jitsu, pelas peladas de domingo e pelos rolês duvidosos. Nossas conversas fomentaram dúvidas e percepções tão intensas que alteraram substancialmente minha pesquisa e seus potenciais futuros. Há, espiritualmente, partes de sua implicância e rebeldia assombrando esta obra, assim como a minha mente. Que se multiplique.

Agradeço também ao professor Carlos por aceitar me orientar depois de eu ficar sem orientador em um momento tão crucial da formação, sua ajuda foi inestimável. Ao professor Wécio, cujos artigos me ajudaram antes de nosso primeiro contato, e que prontamente esteve disponível para me auxiliar pós qualificação. À professora Kérley, cujas aulas contribuíram grandemente para o conhecimento sobre as questões que envolvem essa dissertação, e por possibilitar minha participação nas reuniões de seu grupo de pesquisa, Assimetrias, onde pude conhecer pessoas maravilhosas e aprofundar meu conhecimento e inquietações que atormetaram meu tempo de leitura e escrita.

Por último, justamente por ser a mais importante, agradeço a Laura, minha companheira e grande amor dessa vida, que topou a aventura de vir para Juiz de Fora comigo, mesmo diante de todas as incertezas que eu lhe oferecia, sem nem pensar duas vezes, como se não houvesse opção senão ficarmos um ao lado do outro. Nesses dois anos e meio crescemos,

mudamos e eu amo que fizemos isso juntos. Não sei o que seria de mim sem seu amor, cuidado, desenhos e cafés da manhã, mas com certeza sequer estaria fazendo pesquisa hoje em dia. Que nossos dias sejam ricos de pães e de flores e de toda riqueza impossível de se quantificar.

A todos que passaram pelo meu caminho, agradeço.

RESUMO

Discute-se a crescente economia baseada na produção de dados a partir do campo da crítica da economia política da informação. Explora-se como as relações entre “valor” e “imagem” determinariam formas de produção e consumo nos espaços virtuais de socialização, rendendo a possibilidade de novas interpretações sobre o fenômeno. Sob revisão bibliográfica, analisa-se as diferentes interpretações acerca da atividade humana nas plataformas digitais, em que a forma específica da imagem na percepção social estaria como manifestação imanente e histórica da forma-mercadoria. Descreve-se como a produção de dados se estabelece na indústria cultural atual pela contradição interna do próprio desenvolvimento do valor nas relações sociais. Em consequência direta de uma cisão realidade/imagem no produto da forma-mercadoria, a produção da riqueza social passaria por uma abstração que faria toda atividade humana digitalizada a passar por uma inversão qualitativa para uma riqueza abstrata do capital, no que se chamou de “transubstanciação”. Deste modo, observa-se o caráter histórico do consumo como campo de atuação da percepção social no capitalismo, que na própria relação fundamental da mercadoria, seria responsável por abstrair a atividade humana na forma de dados, lançando-a no próprio movimento de autovalorização do valor no trabalho dos mecanismos da tecnologia.

Palavras-chave: crítica da economia política da informação; produção de dados; imagem e percepção social; plataformas digitais; crítica do valor.

ABSTRACT

The growing economy based on data production is discussed from the perspective of the critique of the political economy of information. It explores how the relationships between “value” and “image” determine forms of production and consumption in virtual spaces of socialization, yielding the possibility of new interpretations of the phenomenon. Through a bibliographic review, the different interpretations of human activity on digital platforms are analyzed, in which the specific form of the image in social perception would be an immanent and historical manifestation of the commodity form. It describes how data production is established in the current cultural industry through the internal contradiction of the very development of value in social relations. As a direct consequence of a reality/image split in the product of the commodity form, the production of social wealth would undergo an abstraction that would cause all digitalized human activity to undergo a qualitative inversion into an abstract wealth of capital, in what has been called “transubstantiation.” In this way, we observe the historical character of consumption as a field of action of social perception in capitalism, which in the fundamental relationship of the commodity itself, would be responsible for abstracting human activity in the form of data, launching it into the very movement of self-valorization of value in the work of the mechanisms of technology.

Keywords: critique of the political economy of information; data production; image and social perception; digital platforms; critique of value.

*“A imagem é só uma imagem
Muitos dela vivem a vida inteira
É como no deserto a miragem
Parece boa, mas é traiçoeira”*

*(Poesia de Luiz Gustavo, morador de rua do centro da cidade de
Juiz de Fora - Minas Gerais - Brasil, 2024).*

SUMÁRIO

Introdução.....	13
1 Crítica do valor e da imagem na acumulação capitalista por plataformas digitais.....	19
1.1 Socialização pelo valor na mediação tecnológica.....	19
1.2 Os dados como matéria-prima ou como riqueza abstrata?.....	28
1.3 Trabalho, tecnologia e percepção social.....	33
1.4 Telas e signos: o valor de uso da imagem para a riqueza das plataformas digitais.....	41
2 O rei Midas pós-moderno e a transubstanciação.....	52
2.1 A magia do digital: soluções para a crise na dataficação da vida.....	55
2.2 O sonho dos reis: o valor transforma o mundo em ouro.....	60
2.3 A maldição do toque de ouro: a abstração do valor de uso pela plataformização.....	64
2.4 Mídia e mediação: o caráter híbrido das plataformas na relação com as imagens.....	69
3 A maldição incontestada.....	73
3.1 A indústria cultural na produção do consumo.....	74
3.2 O destino de morte: não há saída pelos pressupostos do valor.....	80
3.3 A morte em vida da imagem.....	88
3.4 Imagem e consumo: o valor em movimento na produção do sentido.....	92
Considerações Finais.....	105
Referências.....	110

Introdução

A produção de dados tem servido cada vez mais como um processo integrativo da riqueza social, aparecendo aqui como uma massa de informação qualitativa da atividade humana geral, que passa a servir supostamente de pressuposto quantitativo ao valor das mercadorias, levando diferentes autores que exploram o tema a aludir sobre se esta atividade seria ou não geradora de valor, e se tal processo poderia ser entendido, por consequência, como trabalho, tanto no sentido da gestão desses dados em empregos ligados à tecnologia, a publicidade e o marketing, assim como na atividade cotidiana do próprio usuário. Procura-se explorar tal debate fazendo uma *revisão bibliográfica* das diferentes interpretações sobre este aspecto do fenômeno das plataformas digitais, problematizando algumas de suas abordagens a partir das contradições de suas interações entre si e com conceituações envolvendo a crítica da economia política, traçando uma análise que abra caminho para novos horizontes teóricos.

Kurz (2010) aponta para uma crise do valor de troca, enfatizando o que Marx já dizia sobre a crise estrutural no próprio movimento do capital na substituição da força humana de trabalho por trabalho maquinico, agindo menos pelo excedente da mais-valia absoluta e mais pela mais-valia relativa. Ao discutir a indústria cultural no século XXI, Kurz também postula brevemente sobre o que ele chama de uma crise do valor de uso advinda com a internet, a partir do momento em que tudo o que se produz passa a ser baseado em tudo o que já foi produzido antes. Aqui, pode-se entender a relação com o conceito de realismo capitalista, de Fisher (2020), como a lógica cultural do capitalismo que permeia o século XXI.

Barreto e Ventura (2016), fazem um importante apanhado a fim de sistematizar as distintas interpretações acerca do que seria esta “crise do valor” já presente em Marx, sendo dois dos autores utilizados por eles na sistematização importantes referenciais para os debates aqui tratados. Os autores elencam que, para o já citado Kurz

o processo duplo de cientificização da atividade produtiva acelera de tal forma a dissociação entre processo de trabalho e processo de produção que o trabalho passa a ser tornado supérfluo não apenas em termos relativos – como na exposição marxiana da lei geral de acumulação –, mas em termos absolutos. Isso, por seu turno, tende a esvaziar a forma valor de troca de seu conteúdo de valor, produzindo uma crise da forma dinheiro. Deriva daí sua visão de um processo de explosão da relação de valor (Barreto; Ventura, 2016, p.174).

Já em Postone a crise do valor apareceria de tal forma que

o avanço das forças produtivas traz consigo a possibilidade de uma sociedade emancipada – livre, tanto quanto possível, do trabalho necessário –, mas uma possibilidade cuja realização é incompatível com a forma social de riqueza baseada no valor. Assim, sua visão de crise do valor é de que o valor torna-se progressivamente inadequado como medida dessa riqueza. Como categoria social fundamental entra, portanto, em contradição com as possibilidades emancipatórias engendradas por sua própria lógica (Barreto; Ventura, 2016, p.174).

Essas perspectivas, apesar das diferenças no que consiste o entendimento do que seria a resolução desta crise interna (Kurz traça a ideia de um colapso interno iminente, enquanto Postone traça a ideia de uma contradição que gera uma condição interna de um devir não-capitalista na qual a categoria do valor passa a não se adequar socialmente à medida de riqueza, mas isso não possui em si a iminência *necessária* de uma sociedade não-capitalista), de qualquer forma, permite compreender as tecnologias digitais não de maneira estática, mas dentro do próprio movimento histórico da sociedade capitalista.

As tecnologias digitais de informação e comunicação trouxeram consigo uma especificidade histórica que, mais do que nunca, não pode ser entendida fora da socialização capitalista. A dataficação consiste na transformação de todos os aspectos da atividade humana em dados a serem processados para se tornar informação referencial para fins que envolvem a criação de perfis de consumidores e vendas sob demanda, rastreamento de gastos e investimentos bancários, mapeamento de tendências e previsões de consumo, gerenciamento de cidades, organização de logísticas de circulação de mercadorias, treinamentos de máquinas, estruturação de dados para programação e administração de plataformas de integração de mídia e trabalho, enfim, constituem todo um funcionamento que integra o sistema capitalista numa rede de interconexões cujo insumo social da atividade humana passa a servir como pressuposto base para a própria reprodução. Isto vai levar alguns autores a traçar um olhar crítico sobre essa quantificação geral, que tende a jogar toda e qualquer atividade humana sob o conceito de trabalho. Joga, todavia, concomitantemente, a atividade humana ao domínio zumbificado das imagens.

Com a cibernética, num contexto de internet e plataformas digitais que englobam meios de cultura e trabalho, utilizando-se da relação aqui feita, ajuda a compreender como o digital como mediação tecnológica intrínseca à forma-mercadoria capitalista, determina e é determinado pelo estágio de crise do valor. Parte-se da abordagem, portanto, de que as tecnologias digitais como centro de uma lógica de socialização pelo valor, sirva de objeto para traçar essa relação da forma-valor como um tipo histórico específico de percepção social e imagem, exposto pela atividade digital. Isto permite a seguinte problemática: *como pensar a atual acumulação de capital pela produção de dados a partir de uma perspectiva crítica do valor e da imagem poderia servir a novos horizontes interpretativos para o fenômeno?* É isto que se pretende investigar e propor ao longo da pesquisa.

Debord cuida de tratar da condição das imagens no capitalismo e desta organização da percepção em seu famoso livro “a sociedade do espetáculo”, no qual se refere ao domínio das

imagens que, no desenvolvimento do modo de vida capitalista, desprendem-se de sua corporeidade e passam elas mesmas a expressar práticas sociais desvinculadas das relações reais entre as pessoas, as quais o autor compreende no conceito de “espetáculo” como esta forma de prática social num nível mais abrangente da estrutura social. A digitalização, a internet e o domínio das telas como um portal que transmite indivíduos para habitar neste reino das imagens reforça empiricamente não o fim, como propôs Debray (1993), mas a realização desta tese.

A forma-mercadoria possui já como seu pressuposto a circulação por isso seu acontecimento é um processo histórico-social dado em uma determinada condição. Constitui-se por um processo no qual está previsto a troca, na produção de um produto que possui *valor de uso mas não para quem o produz*, pois seu sentido está colocado apenas na relação de troca com um outro portador de mercadoria qualquer, um “*Outro*” em abstrato, fator que á determinaria em seu fundamento uma forma perceptiva. A mercadoria, constituída de valor de uso¹ e valor², serve de valor de uso apenas ao outro na troca, valor de uso social. Ao seu portador, o vendedor, pouco importa seu valor de uso, mas sim seu valor de troca³. Uma mercadoria, assim que trocada, cumpre sua função, sem que seja, necessariamente, consumida. Sua finalidade não é, portanto, o consumo, mas a troca.

Quem, por meio de seu produto, satisfaz sua própria necessidade, cria certamente valor de uso, mas não mercadoria. Para produzir mercadoria, ele tem de produzir não apenas valor de uso, mas valor de uso para outrem, *valor de uso social*. E não somente para outrem. O camponês medieval produzia a talha para o senhor feudal, o dízimo para o padre, mas nem por isso a talha ou o dízimo se tornavam mercadorias. Para se tornar mercadoria, é preciso que o produto, *por meio da troca*, seja transferido a outrem, a quem vai servir como valor de uso. Por último, nenhuma coisa pode ser valor sem ser objeto de uso. Se ela é inútil, também o é o trabalho nela contido, não conta como trabalho e não cria, por isso, nenhum valor (Marx, 2011b, p.147, grifo nosso)

O comprador possui para o portador da mercadoria, o vendedor, outra mercadoria com valor de uso que age como equivalente para a troca. Cada um possui o que serve de valor de uso ao outro, o que faz do valor de uso uma categoria de signo na percepção social pois seu valor de uso está não em si, nem na relação entre pessoas, o que o caracterizaria enquanto símbolo, mas está contido no “*Outro*” abstrato da troca equivalente (Baudrillard, 1995). Em seu desenvolvimento, esta forma equivalente aparece como o dinheiro, como expressão, signo

¹ Qualidade geral do produto de um trabalho que possui algum fim de satisfazer uma necessidade; utilidade social, real ou imaginada.

² Relação social específica pressuposta na produção de uma mercadoria cuja objetividade está presente na troca e, sua substância, portanto, já está presente virtualmente na mercadoria, por meio do trabalho quantitativamente necessário à sua produção.

³ Característica que uma mercadoria possui ao entrar em relação de equivalência com outra mercadoria com valor de uso. Valor de uma mercadoria que se expressa pela qualidade; valor de uso, de outra mercadoria na relação de troca.

de valor de outra mercadoria; equivalente universal para a relação de troca. Esta é a relação fundante do capitalismo e que enseja todas as outras em seu nível de produção/circulação/consumo. A forma-mercadoria possui em si todas as contradições presentes na tessitura social e sua socialização pelo valor subordina e hierarquiza todas as outras práticas sociais ao seu domínio de valorização. A mediação social do valor transforma qualquer outra prática social mediadora em um meio para si própria. É dessa relação que se busca observar a especificidade que a imagem ganha nesta forma de sociedade.

A forma-valor constitui uma cisão que separa a riqueza material da riqueza social. Como já mostrado, pouco importa a riqueza material do que é produzido, uma vez que pouco importa o valor de uso daquilo que é produzido, contanto que sirva de valor de uso a alguém e que sirva de valor de uso a alguém numa relação de troca, por isso, na mercadoria, a riqueza social se distingue da riqueza material, pois a única riqueza que interessa é o valor e a acumulação de mais-valor. A riqueza social surge, portanto, como riqueza abstrata expressa quantitativamente e não qualitativamente. Essa organização poderia ser entendida como uma organização dos sentidos, da percepção em relação ao mundo, à matéria, à imagem. Seguindo Postone (2014, p.259):

Uma formulação adequada da teoria de Marx da constituição das formas de subjetividade e objetividade no capitalismo deve analisar a interação entre estrutura e prática em termos da natureza contraditória dinâmica da totalidade; sobre essa base, alguém poderia desenvolver uma teoria da transformação histórica da subjetividade que elucidaria a constituição social e histórica do desenvolvimento das necessidades e percepções — tanto aquelas que tendem a perpetuar o sistema quanto aquelas que o questionam.

A separação da riqueza material e riqueza social pode ser vista como fundante para a separação de realidade e imagem, assim como o entendimento da riqueza social por um valor de uso social, indiferente ao valor de uso próprio da materialidade do produto produzido. Essa cisão é algo presente em toda a sociabilidade capitalista, incluindo numa das principais teses de Marx, a da duplicidade do caráter do trabalho, trabalho concreto e trabalho abstrato, em que igualmente indifere a qualidade do trabalho concreto que se exerça na produção de uma mercadoria, contanto que esta se exerça quantitativamente numa massa de trabalho abstrato produtor de valor como simples tempo de força de trabalho social. Por isso, o contexto dos dados na digitalização nos permite pensar de forma mais clara um aspecto semelhante sob a categoria do valor (já tratado de outras formas pela categoria da “arte” por autores como Theodor Adorno, Max Horkheimer e Walter Benjamin), onde se poderia abordar um tipo histórico da imagem na percepção social, uma vez que esta relação social, pelas cisões que o valor como mediação produz, distingue, igualmente, um valor de uso intrínseco à matéria do

objeto de seu valor de uso social, sua virtualidade, sua imagem interior. Realidade e imagem separariam-se, portanto, não idealmente, mas no seio de uma prática social fundante e totalizante.

Tal investigação pode contribuir para o campo fornecendo um ponto de vista crítico das tecnologias por meio das suas determinações como intrínsecas à forma social capitalista, expondo lacunas sobre interpretações correntes. Permitiria, ainda, pensar as categorias da crítica da economia política pensadas para as tecnologias da informação e comunicação como historicamente determinadas pela forma-valor, considerando a peculiaridade da determinação da imagem sob a mediação do valor.

Por isso, reforça-se o objetivo de *analisar a forma específica das imagens na percepção social como manifestação imanente e histórica da forma-mercadoria, proporcionando novos pontos de vista para a compreensão dos estudos críticos sobre plataformas, a produção de dados e a acumulação de capital pelo controle algorítmico*. Para isso, decorrentemente, delinea-se como necessário: *descrever* como as interpretações sobre as plataformas digitais aparecem nos conceitos que envolvem a crítica da economia política; *investigar* as relações entre a condição do valor nas plataformas digitais com discussões sobre teoria da imagem; *descrever* como essa relação se desenvolve nas plataformas digitais como especificidade técnica da indústria cultural atual; *discutir* como a produção de dados das plataformas digitais pensada como imanente a este cenário de crise do valor é consequência direta da forma-mercadoria em sua produção da riqueza social.

O valor seria o fundamento da relação social que age sobre os objetos da produção como valores de uso, produzindo um tipo de organização da percepção social. Isto permitiria pensar não o capitalismo *pelos* tecnologias digitais e suas alterações fenomenológicas, mas fazer o caminho contrário, pensando as tecnologias digitais *pelo* capitalismo, em que sua forma maquínica está intrinsecamente ligada à forma de socialização pelo valor e suas implicações. Desta forma, comumente pensa-se na tecnologia e os espaços de socialização que ela produz sendo capitalizados, e pouco ou quase nada no capital sendo tecnologizado e produzindo espaços de socialização. Quantitativamente, a ordem dos fatores não altera o produto; qualitativamente, apresenta relações completamente distintas que alteram, justamente, a percepção sobre o produto, permitindo uma nova base interpretativa para os fenômenos.

A pesquisa permitirá um olhar crítico às plataformas digitais não por seu conteúdo, digamos, mas por sua constituição no centro de uma prática social. Permite relacionar categorias e conceitos pela prática social que as fazem vividamente presentes no objeto

tratado. Não se busca investigar nenhum conteúdo em específico, mas a própria interação presente nas relações determinadas pela arquitetura das plataformas digitais, que definem as práticas sociais da tecnologia pela troca equivalente da mercadoria, na produção de dados para a acumulação de capital pela condição que se abate sobre as imagens nessas relações.

A sociologia da imagem não é decerto a mais avançada. Existem muitos estudos sociológicos a respeito da recepção da mídia (e também da recepção das obras artísticas), mas quase todos concentrados em questões de “conteúdo”, a fim de, por exemplo, avaliar a incidência de certas representações sobre os jovens telespectadores etc. Embora algumas dessas pesquisas sejam bem conduzidas, examinam quase exclusivamente análises do representado e, por isso, evitam a própria questão do dispositivo, que consideram como evidente (Aumont, 2002, p.185).

Usa-se, para isto, de uma metodologia qualitativa, descritiva e sob revisão bibliográfica acerca do tema. Resumidamente, discute-se a sociabilidade imposta no ambiente digital que reconfigura formas de interação; de trabalho, distribuição, consumo, logo, de produção do valor. A crise do valor de uso traria historicidade e especificidade imagética para uma categoria tratada sempre como a-histórica, vista apenas sob a lente moderna de uma dimensão material imutável. Em função disto, aborda-se também a indústria cultural e seu papel pelas plataformas digitais com a produção de dados e como neste processo totalizante de crise, uma chamada “crise das universalidades”, das categorias fundantes da modernidade, surge a necessidade de uma crítica das diferenças, das partes que constituem o referencial real da transcendentalidade universalista, assim, mostrando a necessidade de explorar a imanência da imagem em sua forma específica pela forma-mercadoria para compreender sua atuação na atualidade digital e suas implicações filosófico-sociais. Trata-se, em decorrência, especificamente do arcabouço conceitual da “imagem” a partir de toda a contextualização em seu estado digitalizado no século XXI, aprofundando seus entendimentos virtuais que configuram formas de compreensão do tempo e das relações perceptivas já na origem da forma-mercadoria, em que realidade e imagem cindem e passam a agir numa relação/cisão que se reproduz por meio da troca. Explora-se a forma-mercadoria em sua determinação imagética por meio da categoria do valor de uso, do trabalho e da riqueza social material e abstrata, para assim traçar um olhar para as práticas sociais que compõem o ambiente digital na sua peculiaridade histórica.

1 Crítica do valor e da imagem na acumulação capitalista por plataformas digitais

“Que era há um ano? Professor. Que é agora? Capitalista. Olha para si, para as chinelas, para a casa, para o jardim, para a enseada, para os morros e para o céu; e tudo, desde as chinelas até o céu, tudo entra na mesma sensação de propriedade”⁴.

(Quincas Borba, Machado de Assis, 2021).

Esta parte tratará de apresentar uma fundamentação acerca dos temas que serão abordados ao longo dos capítulos seguintes, além de já iniciar brevemente algumas das discussões que serão aprofundadas posteriormente. Serve praticamente como uma conjuntura e panorama geral de toda a discussão que se destrincha posteriormente. Inicia-se indo da condição mais abstrata, relacionando as perspectivas teóricas a qual o texto se baseia, buscando, a partir destes, entender como a tecnologia apresenta sua mediação na lógica social capitalista. Passando pela condição atual das plataformas digitais, a produção de dados e a condição das imagens e sua centralidade sob a forma-mercadoria, analisa-se a produção de riqueza e acumulação de capital das *big techs* em termos da crítica da economia política. Por fim, chega-se a uma contextualização da relação que se estabelece entre valor e imagem na mediação tecnológica da forma-mercadoria. Isto permite ir dos aspectos mais gerais da imagem até a imagem visual sob um olhar crítico das categorias de socialização da modernidade capitalista em crise.

1.1 Socialização pelo valor na mediação tecnológica

Talvez o ponto em comum que une as duas correntes referentes à crítica da economia política que se deseja tratar aqui seja pela consideração da categoria do valor para além de uma categoria econômica, mas reconhecendo no teor da sua crítica uma dimensão mais profunda que a compreende como uma categoria socializante, quase como antropológica.

Este tema gerou polêmica na crítica do valor (“*Wertkritik*”): em publicação⁵ Jappe coloca como central uma crítica profunda da mercadoria e da socialização pelo valor num

⁴ Quincas Borba, obra de Machado de Assis, publicada originalmente em 1891. Trecho retirado da edição de 2021 da Editora Martin Claret, p.13.

⁵ Disponível em: < <https://zeroaesquerda.com.br/index.php/2024/10/07/vivos-e-mortos-na-critica-do-valor-algumas-teses-apressadas-sobre-o-estado-atual-da-critica-do-valor-anselm-jappe/> >

nível ontológico e antropológico, questionando “toda a socialização do valor, do trabalho e do dinheiro” e que não há real solução emancipatória sem se livrar da socialização pelo valor. Scholz entretanto, vê de forma pejorativa esta “antropologização” e retorno a questões ontológicas e lança sobre Jappe – num conhecido estilo intelectual europeu – a acusação de querer “regressar às velhas sociedades de agricultores e artesãos”⁶. Para ser justo, Scholz também elenca que certas abordagens que Jappe diz que deveriam ser feitas já são, de uma maneira ou de outra, produzidas em nível de temáticas por autores da corrente (mesmo que em pouquíssima quantidade e baixíssimo aprofundamento, como no caso do tema das tecnologias digitais aqui debatido, em que pouco material específico pode ser aproveitado). Segue-se aqui pelas palavras de Jappe, reconhecendo as enormes contribuições de Scholz, tendo na análise que aqui se propõe a possibilidade de abordagens muito mais profundas sobre este lado do globo do que velhos dogmas religiosos do marxismo são capazes de admitir. Jappe se questiona, no cenário de crise do valor e da crítica profunda inferida a esse modo de (anti)vida, se, até agora, o “papel da digitalização” foi suficientemente considerado. É o que se pretende começar a investigar aqui, olhando perspectivas de discussão e possíveis lacunas.

O campo da crítica economia política aplicada à comunicação (EPC) compreende uma determinação que envolve justamente aspectos da comunicação, os processos informacionais e a produção cultural, explicitado em tempos de tecnologias de mídia da indústria cultural, mais ainda no início do século XXI com as plataformas digitais. Alguns autores também enquadram sua análise de crítica marxiana do valor a partir de uma perspectiva desta categoria como socialização. Isto quer dizer que é a partir da análise por meio de uma crítica a esta categoria do valor, ou seja, por meio desta relação social basilar que fundaria a sociedade moderna capitalista baseada na generalização da produção e troca de mercadorias, a qual se tem em nosso tempo histórico, que ambas estas correntes traçam no fundo de suas discussões, os aspectos sob os quais partem suas análises sociais sobre diferentes temas⁷. Como bem resumiu Jappe (2006, p.35), “o fato de se colocar em equivalência duas mercadorias, que aparentemente é a coisa mais evidente deste mundo, contém já todo o modo de socialização que distingue o capitalismo”.

No marxismo dito tradicional que foi hegemônico ao longo do século XX, muitas das categorias da economia política clássica são tomadas como categorias trans-históricas, isto é,

⁶ Disponível em: < http://www.obeco-online.org/roswitha_scholz42.htm >

⁷ Estes têm como origem comum autores como Georg Lukács, Isaak Rubin e Theodor Adorno, que tomados de forma crítica influenciaram as bases teóricas subsequentes a estas correntes (Jappe, 2006, p.18).

categorias inerentes à vida social humana em qualquer época, como se elas revelassem por si mesmas uma espécie de natureza humana ou nelas mesmas toda a ontologia do ser social se explicasse por meio da origem de toda a atividade humana por meio do conceito de “trabalho”, o que levantou ao longo do século XX de maneira menos popular, críticas sobre essas correntes do marxismo que deixavam de lado a análise dessa categoria, inclusive na teoria organizativa de seus movimentos visando o socialismo. Para ilustrar a questão, muitas dessas perspectivas interpretam a crítica da economia política pela ótica da exploração, em que uma solução de resistência viria por uma melhor distribuição da mais-valia, como se a mais-valia teorizada por Marx não fosse ela mesma uma forma de riqueza social e de excedente com especificidade histórica da forma de sociedade capitalista que já contém em si mesma toda exploração e dominação, social e política. Em contrapartida, pode-se citar, pelas correntes articuladas aqui, uma complexidade maior acerca da crítica dessas categorias.

Roswitha Scholz (1996), já citada, traça uma profunda análise acerca da condição patriarcal capitalista. Sua argumentação, em termos simplificados e gerais, passa por entender o valor como categoria de socialização que define também aquilo o que é não-valor, melhor dizendo, a categoria do valor, ao funcionar como abstração real que socializa os seres humanos, define por meio de sua própria lógica interna aquilo que possui valor a partir da exclusão daquilo que não possuiria valor. Não entrando aqui em meandros mais complexos de sua teoria do valor-dissociação ou valor-cisão, que não viria diretamente ao caso desta pesquisa, Scholz (1996), em contraponto a ideias feministas de assalariamento do trabalho doméstico feminino de autoras como Silva Federici, estabelece que a relação do valor está intrinsecamente ligada com a forma patriarcal da sociedade capitalista, colocando sobre o espaço público, de decisão, de produção da vida, de valorização, o espaço masculino, e sobre o espaço privado, da casa e da família, do doméstico, da não-decisão pública, o espaço feminino. Para ela, a condição da crise do valor no cenário das últimas décadas, destacaria um asselvajamento desta cisão fundamental que definiria os universais da modernidade capitalista.

Na EPC, mais focada especificamente no campo de pesquisa sobre as plataformas digitais, pode-se igualmente compreender o valor como socialização na observação de Bolaño (et al, 2022, p.3) de que a Indústria Cultural é um “elemento de mediação entre mundo da vida e sistema”, ou seja, estabelece mediação com o ponto mais básico da atividade humana com a forma em que esta atividade se constitui culturalmente, no caso do capitalismo, pela mercadoria. Ainda, expõe que “é necessário superar a ideia das plataformas digitais como intermediários ou espaços neutros, compreendendo-as como instância de mediação própria da

etapa atual do capitalismo” (Bolaño; et al, 2022, p.7). Apropriando esta ideia de uma cultura que é produzida sob a lógica industrial, de teóricos expoentes da Teoria Crítica como Adorno, Horkheimer, mas tendo como referencial importante também Walter Benjamin ao pensar a reprodutibilidade técnica da obra de arte, para citar algumas das referências do seguinte texto uma vez mais, a EPC estabelece uma interpretação das categorias da crítica da economia política que ao serem pensadas a partir da comunicação, conjecturam uma crítica da própria comunicação e da cultura ou em caminho contrário, das formas de relação que produzem a própria comunicação e a cultura e a interação com essa comunicação e cultura nesta forma de sociedade.

Apenas para citar outros exemplos, para deixar um pouco mais claro e se ter uma visualização de que o assunto não se encerra por aqui: Postone (2014), ao discutir uma nova interpretação da teorização de Marx, faz uma importante análise sobre o tempo; uma análise de como as mudanças concernentes à atividade humana na transição das relações feudais para as relações de mercado, ou seja, uma mudança de mediação social geral da atividade humana baseada na mercadoria, no trabalho abstrato e conseqüentemente no valor, alterou também a relação humana com o tempo, substituindo o tempo cíclico que era ligado intrinsecamente à natureza, por um tempo abstrato, dissociado do ambiente. Verlane Aragão Santos traça também um interessante panorama, fazendo “um diálogo com os Estudos Culturais, a partir da EPC” (Santos, 2019), destacando como alguns conceitos usados pelos Estudos Culturais conversam, podem e precisam ser melhor articulados. Dentre eles conceitos como “audiência”, “convergência” e “mediação” são os principais destaques. Retornando à autores que trataram da crítica marxiana do valor, Jappe (2021) faz uma leitura da condição psíquica da socialização pelo valor ao analisar os casos de amoque⁸ em ataque a escolas, explorando o tema do narcisismo por meio da determinação de uma “estrutura” psíquica que seria parte desta socialização. Ainda sobre a EPC no Brasil, Dantas (2018) explora a semiótica da mercadoria, passando por importante autores que tratam sobre o tema da semiótica, como Peirce, Eco e Volochinov, compreendendo a socialização pelo valor, dada a partir das categorias da crítica da economia política como categorias também de uma organização semiótica, como estruturas historicamente específicas de percepção e representação que ganham força nas plataformas digitais pela lógica do espetáculo (Debord, 2013). O autor ainda expõe de modo elucidatório que “o campo de estudo da economia política crítica será também esse das expressões e representações sociais por meio do conceito de valor – mediação das relações culturais do valor de uso que se expressam pelo valor de troca”

⁸ Amoque seria descrito, nos casos tratados, como um tipo de surto de loucura homicida.

(Dantas, 2018, p.153). Essa longa exemplificação serve para mostrar que longe de uma redução de todos os fenômenos da realidade a uma categoria econômica, o valor como socialização infere uma complexidade antropológica que é ainda maior sobre as relações sociais humanas e principalmente sobre as virtualidades que a dominam e que, em nosso tempo histórico, foi muito pouco explorado, mas que apontam para um entendimento ainda mais profundo das relações sociais e suas determinações históricas específicas. Resumindo:

A análise das categorias da socialização enquanto formas preliminares a todas as outras questões conduz a uma teoria da mediação social que poderia contribuir para ultrapassar as teorias objetivistas e subjetivistas tradicionais, em vez de se tentar, como frequentemente sucede, uma síntese superficial dessas duas vertentes (Jappe, 2006, p.171).

Em vez de uma perspectiva que articule dimensões objetivas e subjetivas, tal análise da mediação social avalia uma espécie de virtualidade que nem é material e nem mera abstração; como apontaria Marx, uma abstração real, que ajudaria até mesmo a compreender a origem em termos de relação social deste tipo de separação cartesiana da realidade ativamente vivida como uma única experiência material/simbólica.

Importante sociólogo a ser citado, não muito associado a qualquer corrente específica que lhe caiba, foi Jean Baudrillard. Em seu livro “Para uma crítica da economia política do signo” explora a percepção social tida dos objetos a partir da relação que se tem sobre eles, explorando a categoria do valor de uso, sob a qual o objeto estaria como uma espécie de suporte, na sua consideração social e não meramente física-química, “na sua escolha, organização e prática, como o suporte de uma estrutura global do ambiente circundante, que é simultaneamente uma estrutura ativa de comportamento” (Baudrillard, 1995, p.19). O que se passa, portanto, é que a relação social, ou seja, a estrutura de relação com o ambiente e com os outros indivíduos que antecede a vida do próprio indivíduo incorre numa determinação da condição deste indivíduo no mundo, mas mais do que isso, determina um tipo histórico de percepção da própria realidade sob a qual está inserido.

Baudrillard traça, por isso, em sua argumentação, importantes relações e comparativas com estudos antropológicos envolvendo, por exemplo, pesquisas sobre a “dádiva”, para uma compreensão ontológica crítica dos “valores de uso”. O que Baudrillard mostra é que a relação tão banal e óbvia com os objetos incorre já nela virtualmente todo o processo social na qual o indivíduo está inteiramente inserido da cabeça aos pés. “Numa palavra, sob o signo dos objetos, sob o selo da propriedade privada, é sempre de um processo social contínuo do valor que se trata. E os objetos são, também eles, sempre e em toda a parte, além de utensílios, os termos e a confissão deste processo social do valor” (Baudrillard, 1995, p.23). E por este

processo fala-se também em uma relação perceptiva, que por constar no objeto um tipo específico de relação com a matéria, determina conseqüentemente uma relação com as imagens, com a significação destes objetos, afinal, “todos os objetos estão apanhados no compromisso fundamental de ter de significar, quer dizer, conferir o sentido social” (Baudrillard, 1995, p.15). Para o autor, os objetos não se esgotam naquilo para que servem, e “‘designam’ não já o mundo, mas o ser e a categoria social do seu possuidor” (Baudrillard, 1995, p.14). Seria, portanto, da relação com os objetos que a relação com as imagens se organizaria, e o valor, como a abstração que domina a relação com os objetos, determinaria não apenas a qualidade dos objetos como mercadoria, mas também o processo de representação; da ordem imagética da percepção social. É neste aspecto que a mercadoria apareceria na forma de signo isolado em equivalência a outro signo, diferente, por exemplo, de relações de dádiva (como num presente), cujo objeto não seria signo, mas símbolo, encerrado em si mesmo numa relação social e não numa separação lógica. Esta questão um pouco mais densa será tratada um pouco mais adiante. Por isso, conseguinte, se aponta aqui a necessidade de olhar o ato constitutivo desse processo de significação na mediação tecnológica.

Álvaro Vieira Pinto foi um filósofo brasileiro que pensou as tecnologias à luz das críticas de Marx e que acaba sendo utilizado como referência por alguns autores brasileiros focados na crítica da economia política da comunicação. Sua teorização também nos ajuda a entender essa existência social das tecnologias como proeminentes de relações sociais e não como entidades neutras sob a qual relações sociais se acoplam livremente. Segundo o autor, “a evolução dos maquinismos é na verdade a evolução do homem enquanto ser que os constroi” (Vieira Pinto, 2005, p.112-113). São processos de mediação humano-natureza mas, mais do que isso, mediação do ser humano com outro ser humano que estabelece uma segunda natureza de ordem social que “tem por motivo imediato a construção de uma mediação material que sirva à sua verdadeira função existencial, a de constituir uma força impulsionadora do sistema de relações sociais” (Vieira Pinto, 2005, 128). Não se fala, entretanto, das máquinas como meras ferramentas. Diferente das ferramentas, as máquinas são compostas por mecanismos que necessitam sempre de uma organização prévia a si mesma e que, por isso, condiciona e está condicionada a uma determinada forma de socialização, existindo e cumprindo funções numa relação social historicamente específica e reproduzindo

esta socialização⁹. Já em Marx esta diferenciação estava bem clara. Entretanto, não é incomum encontrar um olhar um tanto ingênuo acerca das plataformas digitais, evocando sobre a tecnologia um moralismo de “bom uso” ou “mal uso”, o que é evidente num nível restrito, mas não explica nada sobre a condição específica a qual ela é empregada no capitalismo. Nesta linha não há qualquer questionamento do âmbito produtivo sobre a relação social que determina a existência destes tipos de tecnologia num contexto histórico-social que lhe dê razão de ser e que, se lançado no tempo para uma outra época, não encontraria qualquer sentido mediador sem seus pressupostos de mecanismos sociais.

As contradições e os antagonismos inseparáveis da utilização capitalista da maquinaria inexistem, porquanto têm origem não na própria maquinaria, mas em sua utilização capitalista! Como, portanto, considerada em si mesma, a maquinaria encurta o tempo de trabalho, ao passo que, utilizada de modo capitalista, ela aumenta a jornada de trabalho; como, por si mesma, ela facilita o trabalho, ao passo que, utilizada de modo capitalista, ela aumenta sua intensidade; como, por si mesma, ela é uma vitória do homem sobre as forças da natureza, ao passo que, utilizada de modo capitalista, ela subjugua o homem por intermédio das forças da natureza; como, por si mesma, ela aumenta a riqueza do produtor, ao passo que, utilizada de modo capitalista, ela o empobrece etc. (Marx, 2011b, p. 582).

Poderia-se, a partir disto, compreender a socialização pelo valor como categorização antropológica dada a partir da “mediação tecnológica”, pois seria a partir dela que a sociedade moderna capitalista tomaria forma. É na mediação entre ser humano e meio técnico; na organização das relações sociais entre a produção material humana e a tecnologia, ou seja, no tipo específico em que essa interação acontece, que o tipo histórico de socialização se manifesta. Isto ocorreria pois:

Quaisquer que sejam as formas sociais da produção, os trabalhadores e os meios de produção permanecem sempre como seus fatores constitutivos. Mas, enquanto se encontram separados uns dos outros, são fatores de produção apenas em potencial. Para que se produza efetivamente, precisam ser combinados. *O modo particular dessa combinação distingue as diferentes épocas econômicas da estrutura social.* No caso presente, a separação entre o trabalhador livre e seus meios de produção constitui o ponto de partida dado, e vimos como e sob quais condições ambos são unificados na mão do capitalista – a saber, como modos produtivos de existência de seu capital. (Marx, 2014, p.128, grifo nosso).

Dando continuidade a isto, ao analisar a questão da reprodutibilidade técnica – que será tratada em diferentes momentos e ângulos de discussão ao longo desta pesquisa – Benjamin (2018, p.46) complexifica ao dizer que “ao longo de grandes períodos históricos modifica-se, com a totalidade do modo de existir da coletividade humana, também o modo de sua percepção. A maneira pela qual a percepção humana se organiza – o meio em que ocorre – não é apenas naturalmente, mas também historicamente determinado”. Quando se fala da

⁹ O que não impediria que uma determinada teoria pesquisasse e concluísse que alguns desses mecanismos possam ser redirecionados para outra forma de socialização. Para isto, entretanto, é preciso reconhecer e enxergar sob qual contextualização antropológica estes mecanismos estão postos e subjugados.

socialização pelo valor, portanto, fala-se também de uma relação perceptiva, ou melhor, fala-se também da socialização pelo valor como especificação semiótica da forma-mercadoria. O ato de se relacionar materialmente pela forma mercadoria, em que toda mediação social passa pela troca, seja no ato da produção ou na finalidade do consumo, material ou cultural, carregaria consigo, segundo a confluência dessas linhas, uma espécie de tipo lógico interno cuja principal alteração em relação a qualquer outra época se daria, através de uma relação material diferente, numa relação diferente com as imagens. O valor, mais do que uma categoria econômica, infere aos valores de uso um tipo imagético específico quando visto como uma categoria preliminar de socialização. Valor e imagem ganham uma relação a um nível mais complexo da percepção, da cultura, da produção material e da psique humana.

Já na análise de Marx sobre o conceito do fetichismo da mercadoria, tais categorias de socialização ganham um forte teor estético, mas que aparecem como uma grande e única análise, não criando uma distinção entre uma dimensão material e uma dimensão simbólica em sua análise dialética, o que já é uma análise nada cartesiana e um tanto contra alguns vícios da modernidade. Isto fica explícito ao dizer que as mercadorias se tornam coisas sensíveis-suprassensíveis, e que

A impressão luminosa de uma coisa sobre o nervo óptico não se apresenta, pois, como um estímulo subjetivo do próprio nervo óptico, mas como forma objetiva de uma coisa que está fora do olho. No ato de ver, porém, a luz de uma coisa, de um objeto externo, é efetivamente lançada sobre outra coisa, o olho. Trata-se de uma relação física entre coisas físicas. Já a forma-mercadoria e a relação de valor dos produtos do trabalho em que ela se representa não tem, ao contrário, absolutamente nada a ver com sua natureza física e com as relações materiais [dinglichen] que dela resultam. É apenas uma relação social determinada entre os próprios homens que aqui assume, para eles, a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. [...] (Marx, 2011b, p.185-186, grifo nosso).

Há uma diferença aí entre uma imagem real, na relação física do ato de ver, e uma imagem virtual do objeto observado cuja relação é inteiramente social, mas que se apresenta às pessoas como uma condição do próprio objeto. Uma está em relação física, outra em relação social. Ambas as instâncias interferem entre si mas não são a mesma coisa propriamente dita, existem como instâncias diferentes numa mesma relação.

[...] Aqui, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, como figuras independentes que travam relação umas com as outras e com os homens. Assim se apresentam, no mundo das mercadorias, os produtos da mão humana. A isso eu chamo de fetichismo, que se cola aos produtos do trabalho tão logo eles são produzidos como mercadorias e que, por isso, é inseparável da produção de mercadorias (Marx, 2011b, p.185-186).

Pensando em um nível mais simples, abstrato, molecular, da forma-mercadoria, se alguém produz uma mercadoria, ou seja, um produto de um determinado trabalho cujo o

destino é a troca e não seu consumo imediato, essa mercadoria não interessa a quem a produziu como imagem real, ou seja, suas determinações físicas e químicas, mas sua imagem virtual, ou seja, sua potencialidade de troca a um outro produtor de mercadorias. Já aí aparece a organização perceptiva de como a imagem se manifesta às pessoas quando estas organizam sua existência social para produzir mercadorias para um meio de troca e não para seus consumos imediatos pessoais ou em comunidade. Marx resume a relação:

Quem, por meio de seu produto, satisfaz sua própria necessidade, cria certamente valor de uso, mas não mercadoria. Para produzir mercadoria, ele tem de produzir não apenas valor de uso, mas valor de uso para outrem, *valor de uso social*. {E não somente para outrem. O camponês medieval produzia a talha para o senhor feudal, o dízimo para o padre, mas nem por isso a talha ou o dízimo se tornavam mercadorias. Para se tornar mercadoria, é preciso que o produto, por meio da troca, seja transferido a outrem, a quem vai servir como valor de uso.} Por último, nenhuma coisa pode ser valor sem ser objeto de uso. Se ela é inútil, também o é o trabalho nela contido, não conta como trabalho e não cria, por isso, nenhum valor (Marx, 2011b, p.147, grifo nosso).

Esta abstração da relação social na análise dialética que resume toda a relação concreta da sociedade capitalista, logo no início do capital, cita apenas uma única vez em toda a obra, infelizmente, o termo sob o qual se pretende analisar a relação entre “valor” e “imagem”, que é a ideia de que a mercadoria pressupõe um valor de uso (categoria trans-histórica), mas mais do que isso, *valor de uso social* (condição histórica que se especifica, na mercadoria, por meio da finalidade da troca). Com a finalidade da troca de mercadorias separa-se o que era integrado. Um valor de uso que não é imediatamente social, mas seu caráter social se separa da sua condição material de produção. O social se separa da produção material da vida como uma coisa externa a ela. A imagem real e a imagem virtual deste valor de uso se separam em duas dimensões numa mesma relação social.

Não se afirma aqui essas coisas como delírios lógicos tirados do nada. Walter Benjamin (2018), retomando o autor, ao apontar para um tipo específico da percepção ao longo da história a partir de como os seres humanos se organizam em sociedade, fundamentou nisto boa parte de sua análise sobre a reprodutibilidade técnica da obra de arte e o entendimento da categoria do valor de uso desta em duas dimensões distintas, se assim podemos dizer, no que ele chamou de “valor de culto” e “valor de exposição” (discussão que será aprofundada posteriormente) a primeira cuja relação imagética de valoração social estava integrada ao objeto, e a segunda cuja relação imagética de valoração se separa do corpo do objeto. Isto anteviu a análise sobre a Indústria Cultural (Adorno, Horkheimer, 2009), sobre o Espetáculo (Debord, 2013), Simulacros e Simulação (Baudrillard, 1991) e sobre especulação

e produção de dados a partir dos processos digitais da tecnologia de plataforma da acumulação de capital (Srnicek, 2017).

Como aponta Jappe no texto citado inicialmente, a autonomização da tecnologia ainda tem sido muito pouco abordada por tais perspectivas. Esta, entretanto, tem função central na mediação social no atual estágio do capitalismo, e o uso de tais temas não pode ser meramente instrumental. Para o autor, o fetichismo moderno surge de um lado pelo trabalho abstrato e, do outro, na “mega-máquina tecnológica”, num surgimento conjunto. É sobre este aberto campo de pesquisa, aprofundando os caminhos teóricos possíveis aqui expostos que se pretende tratar a seguir.

1.2 Os dados como matéria-prima ou como riqueza abstrata?

Em sua discussão sobre o que chama de “Capitalismo de Plataforma”, Srnicek (2017, p.29-30) aponta como uma das suas principais teses uma nova fase do desenvolvimento capitalista. Para o autor, o capitalismo atualmente se baseia em um novo tipo de matéria-prima: dados. Longe de ser imaterial, o autor argumenta que os dados dependem de uma série de infraestruturas de captação, registro e análise fundamentado na *atividade* dos usuários como “fonte natural desta matéria-prima”.

The problem for capitalist firms that continues to the present day is that old business models were not particularly well designed to extract and use data. Their method of operating was to produce a good in a factory where most of the information was lost, then to sell it, and never to learn anything about the customer or how the product was being used (Srnicek, 2017, p.30-31).

A peculiaridade deste capitalismo de plataforma, portanto, segundo o autor e a discussão anterior, seria pelo fato de que diferente do que ocorria antes, a realização da relação da mercadoria necessitaria cada vez mais de uma relação informacional, melhor dizendo, a coisa física, a mercadoria palpável ainda é evidentemente o objeto da indústria, mas apenas como um referencial físico para basear a finalidade presente no consumo do signo. Não o consumo da coisa propriamente dita, mas o consumo potencial ou virtual, abstrato; o consumo como *desejo*, o consumo como sinônimo de compra, como um momento da troca, que serve como uma espécie de referencial informacional para aprofundar um conhecimento não sobre a mercadoria, mas sobre o consumidor. Isso não se dá pela preocupação com o consumo, mas é, pois, pelo consumo ainda como desejo, em abstrato, que a troca verdadeiramente se efetiva, e é conhecendo este sujeito ao consumo que as empresas de tecnologia podem direcionar produtos-signo para a realização da troca. Isto é o elemento da base da mercadoria que exclui o caráter qualitativo de qualquer coisa.

Na relação da mercadoria, pensando abstratamente, pode-se vender um elegante saco de fezes¹⁰ desde que isso interesse a alguém (sem qualquer julgamento moral) e passe por uma relação de compra e venda. Pode-se, semelhantemente, vender a mercadoria mais preciosa e difícil de se produzir do mundo e ela ser jogada no lixo (como um saco de fezes) logo em seguida pelo seu comprador, pois o que importa, de fato, é que esta passou pela relação do valor de troca. Eis um traço da loucura da mercadoria que governa a vida dos seres humanos em praticamente todo o planeta há alguns séculos.

Como aponta Morozov, outro a tratar sobre a temática, “quanto mais dados são introduzidos no sistema, mais precisas são as previsões” (Morozov, 2018, p.151). Para esses autores, existe neste capitalismo de plataforma uma modulação do comportamento humano pelas plataformas, mediando a relação das pessoas inclusive com as instituições, sejam culturais ou políticas. Em Srnicek, todavia, vemos os dados como uma categoria a partir de uma ideia de matéria-prima, substância que é tirada de maneira bruta da natureza para ser processada e trabalhada como base à produção de outra coisa. Além de Srnicek, o próprio Morozov trata do processo das plataformas digitais sob estes termos, como acumulação, extração ou coleta de dados. Em Morozov, o termo “matéria-prima” não aparece, mas a ideia de “extração de dados” está presente.

A argumentação que pressupõe os dados numa ordem de extração, como se fossem tirados de uma fonte natural de riqueza perpassa outros autores sobre o tema, mesmo, como visto, críticos sobre o processo de dataficação das plataformas digitais na análise da exploração capitalista de produção de valor à luz das críticas feitas por Marx. Apesar disso, na interação dos dois autores, esta pesquisa observa já desde o início uma importante contribuição a nível de problematização que pode ser tirada ao se fazer essa articulação da temática das plataformas com uma crítica marxiana do valor, que é a problematização da ideia dos dados como matéria-prima e a busca por entender seus processos pelas categorias da crítica da economia política pela transformação do trabalho abstrato em valor. Entendidos como produção, os dados são comumente uma condição “imperativa para que ela seja a principal razão de ser da existência de muitos aplicativos e seus mercados – não que as necessidades a eles relacionadas não existam ou não sejam satisfeitas, mas essa não é a finalidade para o mercado, mas uma mediação” (Gonçalves, 2023, p.168). Jathan Sadowski

¹⁰ O que não se afirma apenas como mera anedota, uma vez que são facilmente encontradas em grandes e reconhecidos sites de notícia matérias que tratam sobre a compra e venda e excrementos, como disponível em: < <https://acesse.one/01WSL> >; < <https://11nk.dev/HbOd8> >; < <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-37998139> >. O que ao menos pode servir como *punchline* para quem encare isso com certo humor trágico.

mostra a densidade que esta perspectiva permite para uma análise social sobre as plataformas e a dataficação:

Data mining [mineração de dados] é um nome enganoso; um termo mais apropriado seria *data manufacturing* [produção de dados]. Os dados não estão lá fora à espera de serem descobertos como se já existissem no mundo como petróleo bruto e minério bruto (Gitelman, 2013). *Os dados são uma abstração registrada do mundo criada e valorizada por pessoas que utilizam tecnologia*. O enquadramento dos dados como um recurso natural que está em toda parte e livre para a tomada reforça os regimes de acumulação de dados. (Sadowski, 2019, p.03, grifo nosso).

Jappe¹¹ (2006, p.259), já aponta de maneira muito elucidativa esta questão ao afirmar que “a transformação do trabalho em valor não constitui objeto de crítica; pelo contrário, essa transformação é considerada um fato ontológico neutro, senão mesmo um fato positivo”. O que aconteceria a partir de interpretações dos dados como expropriados do usuários seria uma separação ontológica do trabalho e do capital. Como prossegue Jappe, nessa perspectiva que se está criticando, trata-se de modo em que:

trabalho e capital não são dois pólos da mesma relação de apropriação privada, antes representavam ontologicamente o cheio e o vazio, a vida e o vampirismo. Na verdade, trabalho e capital estão indissolivelmente ligados entre si, sendo que um não pode viver sem o outro. A crise de um é também a crise do outro. É portanto vão o sonho capitalista de poder continuar a acumulação sem continuar a recorrer ao trabalho: mas vã é também a esperança operaísta¹² de que o trabalho possa emancipar-se do capital, continuando a existir enquanto “trabalho”. (Jappe, 2006, p.260)

Em “A superindústria do imaginário”, Bucci faz importantes discussões que desenrolam o assunto. Segundo o autor, a categoria da “necessidade” caiu em desuso, dando lugar ao “desejo” em relação aos objetos de uso, enquanto a necessidade apenas aparece como pretexto. Assim, “o que conta agora é o significado imaginário que esse uso representa para o sujeito. Por isso, antes de ser coisa, a mercadoria precisa ser imagem ou signo” (Bucci, 2021, p.26). Bucci aprofunda:

Em termos clássicos, diríamos que o que se dá é um uso da mercadoria não para uma necessidade objetiva do sujeito (como se aquecer ou se alimentar), mas para uma “fantasia”, como Marx previu em O capital. Acontece que essa “fantasia” exerce hoje um peso tamanho para determinar o consumo que mesmo a noção clássica de uso (seja esse uso de ordem objetiva ou da ordem da fantasia) se diluiu. Mais que a um uso, a mercadoria e, sobretudo, a imagem da mercadoria vêm se prestando a uma espécie de “fruição”. O capital monopolizou o olhar do planeta e recrutou o olhar do planeta para trabalhar a seu favor. O valor que o olhar produz mora na ordem do Imaginário. (Bucci, 2021, p.27)

Bucci fala dos dados aqui, portanto, em termos de produção, não em termos de extração. Já a ideia de “acumulação” não entra na mesma lógica crítica, como visto em Sadowski. Em Marx, a acumulação primitiva de capital já servia como pretexto de uma

¹¹ No contexto, Jappe traça uma crítica às palavras de Hardt e Negri no livro “Império”.

¹² Movimento político italiano marxista heterodoxo dos anos 1960.

condição completamente abstrata no centro de uma relação social que passava a *transformar* a terra, por exemplo, em algo além de terra, mas em *capital*, um meio social cuja finalidade era a produção de mercadorias para a autovalorização do valor e não mais o uso comunal a quem nela trabalhasse. Por isso, precisou passar por cercamentos que garantiram a propriedade privada dos produtores de mercadorias para este fim. Tal distinção conceitual é essencial pois não desqualifica aqui elaborações importantes igualmente feitas no Brasil como de Faustino e Lippold (2023) sobre a “acumulação primitiva de dados”, mas coloca sob essa acumulação outra relação que ocorre numa instância muito mais abstrata antes de se concretizar, o que torna a modernidade capitalista esta coisa confusa de se viver e de se pensar desde que passou a ser a ordem dominante.

Se a acumulação de capital incide sobre a terra, a acumulação de dados incide sobre a informação da atividade geral humana. A terra e a informação tem qualidades completamente distintas, todavia, e tal diferenciação pode e precisa ser investigada, ainda que, pelo escopo deste projeto, apenas se arranhe a superfície do debate. Seria, portanto, justamente na atividade geral humana produzindo os “dados” em que toda e qualquer atividade humana passa a se confundir com a categoria abstrata do trabalho, e não o trabalho como algo eterno e ontológico que produziria sumariamente os dados de forma “natural” sob a qual se extrai a riqueza para o capital. Igualmente, na relação do cercamento de terras, a riqueza do capital não está na qualidade da coisa em si, na terra e no seu uso, mas na capacidade de redirecionar este fundamento de uso à riqueza abstrata do valor; à mediação da troca que passa a determinar todo o resto (inclusive o uso), parecendo ser algo natural e divino, como afirmam até hoje alguns ideólogos liberais, mas também alguns marxistas. “O trabalho tem a sua medida na respectiva duração, portanto na respectiva quantidade: o valor de cada mercadoria depende da quantidade de trabalho que foi necessária para a produzir. Nesta perspectiva, pouco importa qual o valor de uso em que esse trabalho se realiza” (Jappe, 2006, p.27). O que as plataformas fazem é cercar a mediação da atividade humana geral como *tempo abstrato* de atividade humana geral, e ao abstrair a atividade humana em tempo abstrato, transforma indiretamente, a partir dos meios técnicos e tecnológicos, esta atividade humana geral em “trabalho”, logo, em produtora de valor de uso, mas um valor de uso bem específico, um valor de uso sócio, imagético, ainda no campo do desejo, não da necessidade, se podemos dizer, um *valor de uso social*, separado completamente de uma imagem real. Jappe, esclarece a revolução informática, como chama, ao dizer que, diferente de outras revoluções técnicas ao longo do capitalismo:

Esta revolução já não instaura um novo modelo de acumulação: desde o início, a informática torna inúteis - “não rentáveis” - enormes quantidades de trabalho. Diferentemente do que se passou com o fordismo, a informática provoca essa inutilidade a um ritmo tal que já não há extensão do mercado que seja capaz de compensar a redução da parte de trabalho contida em cada mercadoria. *A informática corta definitivamente o laço entre a produtividade e o dispêndio de trabalho abstrato incarnado no valor.* Ela põe a girar o “círculo vicioso” a que temos vindo a assistir de há vinte anos a esta parte. O sistema capitalista, para sobreviver numa situação em que ele mesmo serra o ramo de árvore sobre o qual está sentado – o trabalho –, é obrigado, mais ainda do que antes, a procurar subterfúgios para fazer coincidir momentaneamente a circulação e a produção suspendendo praticamente a lei do valor. (Jappe, 2006, p.147-148, grifo nosso)

Por isso, quando Bucci (2021) argumenta que, pelas plataformas, o capital tem transformado o próprio olhar em trabalho, esta pesquisa não segue pelo entendimento de que o olhar em si é por si mesmo trabalho, mas busca uma via que se dá pela *transubstanciação* dessa atividade concreta em um registro abstrato de dados, cuja produção de valor se dá pelos trabalhadores da indústria de tecnologia e da indústria cultural, num movimento de produção que “transforma continuamente a riqueza material em capital, em meio de valorização e de fruição para o capitalista” (Marx, 2011b, p.735), mas agora num nível virtual, imagético. Tal processo, indiretamente, submete o simples olhar ao ciclo de acumulação do valor. Apesar de haver evidentemente divergências dentro do campo, atenta-se aqui às semelhanças que compõem o debate, e para isso, a afirmação anterior de Jappe fundamenta muito bem a questão de onde se pode partir. Os dados encarados como “matéria” na ideia de matéria-prima escondem o fato de que como abstração real, eles são uma relação social e não coisa em si. Abstrai-se a atividade concreta em imagem, e transforma-se essa imagem em trabalho abstrato para a produção da riqueza abstrata do valor. Sem concretude, tal crescimento é meramente especulativo em termos econômicos, ao mesmo tempo que é utilizado como fundamento da publicidade para o restante da economia de bens, mas seu fundamento é puramente rentista.

Enquanto alguns autores colocam nas plataformas digitais uma prova de que o capital segue saudável e produzindo valor, encontramos aqui, na verdade o maior sinal de sua doença, uma doença bastante semelhante ao toque de ouro de Midas¹³, que ao mesmo tempo que transforma tudo na riqueza abstrata do ouro, faz perder o sentido desta própria riqueza e degrada toda a riqueza natural ao redor. Este cenário de capitalismo de plataforma se apoia,

¹³ Descobri depois que tanto Jappe (2021) quanto Bucci (2021) citam o conto de Midas como uma analogia ao cenário atual do capitalismo.

não à toa, cada vez mais em capital fictício¹⁴, ou seja, mercado especulativo; financeirização. Jappe (2006, p.152) sintetiza:

na realidade, a economia deixará simplesmente de funcionar logo que lhe tenham sido retiradas as muletas da especulação. Com efeito, depois do rebentamento da bolha financeira, ver-se-á que era precisamente ela que durante um certo período escondia o fato de que a acumulação de valor tinha já atingido o seu limite histórico. Naturalmente isso não significará necessariamente o fim da produção de bens de uso – com a condição, contudo, de esta última ser desligada da produção de valor”.

A discussão sobre plataformas digitais e especulação financeira renderia uma pesquisa a parte, portanto, esta pesquisa limita-se a citar tal relação de maneira propositalmente limitada ao tema e ao recorte da análise, um aprofundamento maior necessitaria, como explicita a citação apresentada, em esforços muito longos e específicos de temática e objeto. Acredita-se que, ao final desta pesquisa, traça-se um importante direcionamento o qual se pode elaborar teses acerca desta instância do capital. É neste aspecto que se entende que as plataformas cumprem a função de transformar a atividade humana geral em “trabalho”, indiretamente, como se vê a seguir: todas as coisas são abstraídas de suas qualidades de uso a um nível de mercadoria e toda atividade humana captável, registrável e analisável é abstraída ao nível de dados.

1.3 Trabalho, tecnologia e percepção social

O tema do trabalho tem permeado todo o campo dos estudos sobre plataformas digitais, seja diretamente ou indiretamente, girando em torno de questões de como as infraestruturas comunicativas de mídias digitais são comercializadas; de onde provém o valor econômico e o lucro das companhias; quais as consequências sociais e os paradigmas teóricos (Kangal, 2020, p.69). As discussões sobre o trabalho nas plataformas digitais que envolveram o campo da crítica da economia política aplica à comunicação na última década tiveram como referencial principal, inicialmente, as discussões feitas por Christian Fuchs, que por sua vez traçou teorias e reflexões a partir de análises críticas sobre o conceito de “trabalho imaterial” em autores como Negri e Hardt. O autor traça como principal tese o argumento de que, com a plataformização, veio com ela um “trabalho digital” que esconderia uma forma nova de exploração e alienação pelo entretenimento e pelo lazer no uso aparentemente livre do

¹⁴ “O conceito de “capital fictício” foi desenvolvido por Marx no terceiro volume d’O Capital para designar o capital que se baseia exclusivamente na especulação e na expectativa de ganhos futuros; logo que alguém exija o pagamento real das dívidas, a ‘bolha’ não poderá deixar de rebentar com falências em cadeia. [...] Até ao final do ciclo fordista, a especulação financeira seguia mais ou menos o ritmo e as dimensões da acumulação real. Tudo isso mudou enormemente a partir do momento em que a acumulação real, apesar de todos os créditos, estagnou. A partir de então, o recurso ao crédito serve para estimular uma acumulação inexistente e para prolongar artificialmente a vida de um modo de produção que já está morto” (Jappe, 2006, p.150).

consumidor, ou usuário, nesses ambientes digitais, em que também seria uma espécie de produtor (Fuchs; Sevignani, 2013, p.288).

Users of social media are creative, social, and active prosumers who engage in a culture of sharing, doing, connecting and making and in these work activities create *social use-values* (content, social relations, co-operation). On corporate social media that use targeted advertising, this creativity is a form of labour that is the source of the value of a data commodity that is sold to advertisers and results in profits (Fuchs; Sevignani, 2013, p.288, grifo nosso).

Apesar de se seguir aqui, de certa maneira, a ideia inicial de Fuchs, principalmente no que diz respeito à primeira parte de sua afirmação acima, destacando a criação de “valores de uso sociais” por meio destas atividades, reconhece-se na sua conclusão de que tal atividade se resumiria nesta nova categoria de “trabalho digital”, um certo salto lógico que esconde uma maior complexidade do processo.

Alguns outros autores se colocaram de forma crítica às contribuições de Fuchs na área, destacando, em suas inferências, contradições basilares com a crítica da economia política de Marx, que trariam problemas na sua definição de tal movimento como um “trabalho produtivo”, no sentido capitalista, de produção de mais-valor. Para Fuchs, esta atividade cotidiana dos usuários nas plataformas se configura em trabalho pelo simples fato de que as corporações e todas as outras empresas do ramo de tecnologia se utilizam dessa atividade para a venda de dados que servem à publicidade, de maneira preditiva e predatória. Sendo a atividade do usuário a fonte desses dados, logo, essa atividade se configuraria em trabalho e trabalho produtor de valor que seria a origem do lucro dessas empresas.

Autores como Bolaño e Vieira (2015) apontam problemas nessa interpretação do fenômeno, apesar da importância do desenvolvimento do tema por Fuchs, entendendo que o que ocorre neste cenário de capitalismo de plataforma é um pouco mais complexo. Para eles, o problema está na interpretação da categoria da “audiência”. Fuchs segue pela interpretação de Dallas Smythe (um dos primeiros nomes da economia política da comunicação anglo-americana) que, segundo os autores, também cometeu este erro ao dizer que os espectadores de TV estavam trabalhando para os anunciantes; erro que teria sido retomado com mais força em Fuchs. Bolaño e Vieira, por outra via, veem a partir da indústria cultural. Isso quer dizer que enquanto Fuchs parte da ideia de que empresas como o Google, por exemplo, vivem da venda de dados dos usuários enquanto os seus serviços são gratuitos, Bolaño e Vieira (2015, p.57-58) veem a questão a partir da venda de audiência, tal qual na TV aberta padrão, em que os usuários-consumidores não são produtores, mas mercadoria.

The productive labor in SNSs [social networking sites] is precisely the work done by employees, engineers, researchers, and many other kinds of professionals that produce statistics, interfaces, and algorithms that make possible the constitution of

the commodity audience. The content produced by the users is simply the raw material necessary for that job role. (Bolaño; Vieira, 2015, p.58)

A primeira sentença é um tanto incontestável, visto que empregos na área de tecnologia e comunicação como analistas e engenheiros de dados, designers UI/UX, redatores SEO, programadores, analistas de marketing, social media, enfim, uma infinidade de trabalhos voltados para produção, análise e gestão de dados efervesceu o dito mercado de trabalho, fomentando de grandes agências de marketing oferecendo altíssimos salários, até pequenas empresas de salários baixíssimos com contratos de pessoa jurídica. A parte massiva destas empresas servem a outras empresas de médio e grande porte para a produção, análise e gestão de dados, gerando um ciclo “infinito” de modulação algorítmica e consumo que atua sobre esta atividade comum como fonte de dados. Desta forma, por mais que o Google, seguindo o exemplo citado, possa fazer tais tipos de serviço para seu próprio interesse, a sua atuação se dá pela venda da audiência em seus espaços de sociabilidade, a partir de ferramentas próprias de análise, como o Google Analytics, utilizado por essas outras empresas. Por isso, segundo Bolaño e Vieira, os serviços de empresas como o Google são “gratuitos” pois existe alguém quem os paga e esse alguém são os anunciantes.

The audience is also produced as a commodity, with its own exchange-value, specific use-value, just as it was in the old broadcasting industry model. What is sold by Google, by the way, is not the users themselves, as Fuchs proposes in the above excerpt, because the advertiser does not buy any individual users or even their singular information. Advertisers buy only an amount of data about a target audience based on categories, as we have outlined (Bolaño; Vieira, 2015, p.58).

Desta maneira, em contracorrente às ideias de Fuchs, o trabalho, neste caso, “não se origina da atividade não paga dos usuários, mas do trabalho que cria aqueles softwares e hardwares que alimentam os ambientes de trabalhos na mercadoria dados como forma de audiência das redes. Todos os sistemas algorítmicos e a maquinaria cedem seu próprio trabalho à mercadoria que é vendida a um terceiro (Kangal, 2020, p.75).

Neste aspecto, Sadowski trata os dados como uma espécie de capital, no que ele chama, em inglês, literalmente, de “*data capital*”. Para ele, este capital de dados se refere a um novo processo de acumulação que se segue por meio do conhecido capital financeiro (Sadowski, 2019, p.09). Tal processo, segundo o autor, infere aos dispositivos tecnológicos mais do que seu mero consumo como uma mercadoria a ser vendida, mas pressupõe um mecanismo maquínico posto sob a função de produzir e acumular dados (Sadowski, 2019, p.07). “Data accumulation drives many key decisions about technological development, political governance and business models” (Sadowski, 2019, p.07). Desta forma, para além de qualquer moralismo determinante da tecnologia e seu uso, “o sujeito é modelado pelas

características que constituem o ser enquanto experiência socialmente condicionada sob o fator tecnológico cativo à acumulação capitalista” (Araújo, 2021, p.466). Isto é um ponto central. Um processo realizado, poderia-se dizer, pela socialização pelo valor por meio da mediação tecnológica do dispositivo, em suas determinações interativas e de percepção social. Como conclui Sadowski,

Data collection is thus driven by the perpetual cycle of capital accumulation, which in turn drives capital to construct and rely upon a world in which everything is made of data. The supposed universality of data reframes everything as falling under the domain of data capitalism. All spaces must be subjected to datafication. If the universe is conceived of as a potentially infinite reserve of data, then that means the accumulation and circulation of data can be sustained forever (Sadowski, 2019, p.08).

Mas ainda assim, segundo Bolaño e Vieira, essa atividade geral humana ainda serve como fonte deste trabalho o qual se extrai como “matéria-prima”. Mesmo Sadowski não se priva em tratar tal processo de acumulação de dados a partir de uma ideia posterior de “extração” de dados, comparada a acumulação de terras e recursos (pelo arrendamento) na acumulação primitiva de capital no sentido estrito de que tal termo denuncia a acumulação de dados sem consentimento ou compensação. Não se pretende brigar por palavras, todavia, mas sim pelo pleno objetivo de entender e descrever melhor tal processo. Afinal, todo o procedimento de trabalho por assalariamento da modernidade capitalista se dá, da mesma maneira, por meios de consentimento e compensação e nem por isso deixa de ser extrativista, explorador e violento, apesar de tal processo ser evidentemente menos aparente e menos doloroso do que as chicotadas de um escravo – ou ao menos para a maior parte das pessoas.

Partindo do resumo que faz Kangal (2020, p.75) sobre o ponto que se visa chegar, e que sintetiza a discussão, o problema está no fato de que: “se a atividade do usuário já gera valor, então isso já faz dos dados do usuário uma mercadoria. Se os dados do usuário ‘tornam-se mercadorias’ pelo correspondente procedimento algorítmico, então eles não eram mercadorias antes da sua transformação em mercadoria a ser vendida aos clientes de anúncios”. Além disso, no primeiro caso, a ideia de “dados” é inseparável da atividade real, enquanto, no segundo, *ao tornarem-se mercadoria, tais dados existem separados da atividade real*, e só ganham vida na medida em que são produzidos por uma indústria, primeiro, de registro de atividade humana na forma de dados, como no exemplo citado do Google, e empresas de análise, processamento e gestão de dados, como na infinidade de empresas do setor de “marketing” e “tecnologia”. O que se propõe aqui, é uma separação não apenas lógica mas real no centro da relação social por plataformas digitais do que são os “dados” e o que é a atividade real das pessoas.

Poderia-se dizer, buscando uma síntese palatável, que *tal processo se resume na transubstanciação de um tipo de riqueza social real produzida pela atividade geral das pessoas nos dispositivos de interação digital, em um tipo de riqueza social abstrata na forma dos dados, por meio das rendas de monopólio do mercado financeiro capitalista*¹⁵. Tal consideração do processo como “extração” no sentido apriorístico, trás consigo um fetichismo da tecnologia (Novaes; Dagnino, 2004), como uma subcamada do fetichismo da mercadoria, que não compreende em tal processo social os dados como produtos da atuação tecnológica orientada pelo valor, mas como uma mercadoria existente na própria atividade viva das pessoas, sendo quase que imediatamente uma mercadoria de existência transcendente. Em contrapartida, é sobre o momento que se chamou de “transubstanciação” – por falta de termo que define este processo específico – que se pretende tratar. Quando se problematiza um determinado uso do termo “extração”, reafirma-se, não é por uma briga por palavras, mas que essa “extração” não pode perder de vista essa transubstanciação do tipo de riqueza.

O conceito de *dataficação* algumas vezes se resume como a transformação de aspectos da vida, das ações sociais e interações com o mundo em dados quantificáveis por empresas de tecnologia, permitindo rastreamento em tempo real e análises preditivas, porém, Van Dijck (2014, p.200), já argumentava dizendo que tal processo de considerar dados e metadados como traços do comportamento humano estão em completo desacordo com toda prática muito conhecida de filtragem e modulação de dados feitas por empresas envolvidas, visando fins comerciais a partir da lógica da mercadoria. Melhor dizendo, a visão meramente técnica dos dados extraídos das pessoas, escamoteia a real situação de manipulação e modulação que envolve a produção artificial desses dados para direcionar tendências e comportamentos que servem à mediação da vida pela mercadoria. Segundo a autora (Van Dijck, 2014, p.200), tais dados passaram a servir como forma de troca para o serviço gratuito das empresas, servindo de moeda como um “ativo invisível”, “separado de seu contexto original e fora da consciência das pessoas” (Van Dijck, 2014, p.200, tradução nossa). Este fator fez alguns pesquisadores considerarem tal processo como trabalho não pago ao envolver uma “troca” ou, ainda além, como trabalho pago, justamente por esse serviço considerado “gratuito” da plataforma. Não considerados os dados intrínsecos à atividade humana, mas produzidos, essa relação que envolve uma troca dos dados por serviços das empresas de tecnologia não envolve uma relação de troca de mercadoria, mas a criação de uma relação social que produz uma

¹⁵ Apesar de se inscrever aqui duas instâncias separadas, trata-se do mesmo processo e não de etapas diferentes. Não é possível conceber uma atividade humana por plataformas sem este processo de dataficação instalado, pois ela é parte constituinte da reprodução tecnológica imposta.

separação; uma cisão, que permite que tal atividade humana seja processada para se transformar na mercadoria dados, em circulação para a publicidade e ciclos de shoppings online. Esta separação, não é feita por meio de um trabalho do usuário, como vimos no resumo sobre a forma-mercadoria na parte anterior, *é uma cisão criada “artificialmente” pela máquina e seus mecanismo de mediação das relações sociais e pelos trabalhadores envolvidos na indústria de dados e tecnologia, da indústria cultural e da publicidade*. Como elucida Marques (2017, p.15):

O valor dessa mercadoria dados advém do fato de que sua produção e circulação só é possível por meio da atividade dos trabalhadores que atuam, direta ou indiretamente, na cadeia de produção das redes sociais, como por exemplo a força de trabalho que projeta e produz hardware e software, bem como a mão de obra que lida com os algoritmos e mantém em operação as plataformas tecnológicas que conformam a infraestrutura física, lógica e signica das redes sociais. Esse trabalhador coletivo, que é heterogêneo e majoritariamente composto por trabalhadores assalariados, produz não só valor, mas também mais-valia que é apropriada pelos acionistas que controlam as empresas dessa cadeia produtiva.

É interessante pensar como se perde a dimensão maquínica (capital fixo que transfere valor) nestas discussões como trazida por Fuchs, na atividade humana transformada numa expressão de dados quantificáveis, e todo o trabalho assalariado envolvido nesses mecanismos. O usuário nesse caso, apareceria como o objeto, em sentido filosófico, deste trabalho. As pessoas se tornam meio para a mercadoria de tal processo e não o trabalhador; força motriz para o mecanismo de produção que transforma atividade humana num insumo mercadorizado na forma de dados. Consoante a Marques (2017, p.16), tal riqueza advém de um processo de renda de monopólio extraído de outros setores capitalistas sem acesso a estes dados, que passam a ser um produto invisível, “ativo invisível”, retomando Van Dijk (2014, p.200), central e estratégico para acumulação capitalista atual. Com isso pode-se complexificar um último ponto.

Como visto em autores como Dantas e Bucci, tal processo pode ser entendido de uma maneira um pouco diferente. Estes, pode-se dizer, também seguem a ideia inicial de Fuchs, em que a atividade humana geraria um tipo de valor de uso, mas vão para outro caminho quanto aos meandros da mercadorização da atividade em dados. Sem fazer o suposto salto lógico de Fuchs, buscam explicar esse processo de transformação da atividade no que definem distintamente como “trabalho”. Dantas chama tal processo de “trabalho semiótico”, importante por meio de rendas informacionais; Bucci fala sobre a produção de um valor de uso diferente, um “valor de gozo”, também por meio de um tipo de “trabalho ocular”. Há nesta interpretação um desempenho imagético por meio da lógica da mercadoria.

Por isso, em todo este contexto, existe também uma discussão massiva sobre a produção de subjetividades, ou melhor, a relação entre as materialidades infraestruturais e técnicas, com as determinações simbólicas, afetivas, estéticas e ideológicas que ancoram o ambiente digital, passando por temas como desinformação, bolhas informacionais e modulações algorítmicas. A ideia de produção de dados a partir de uma referência imagética que alimenta a economia capitalista de plataformas e especulações financeiras, clarifica a separação objetiva/subjetiva que se faz da situação. Araújo (2021), em um avanço das discussões aqui postas e que resume o recorte que se pretende tratar, aponta que:

o algoritmo torna-se uma progressão imanente ao processo de formação do sujeito em sua experiência social, de modo que esta agora pode ser quantificada como agregações de dados extraídos na e pela digitalização dos modos de ser; nesta direção, a experiência social *torna-se* mercadoria quantificável na forma de valor (*Wertform*), processo que torna possível transformar o próprio sujeito em mais uma engrenagem coisificada no interior da reprodução ampliada do capital. E mais grave: *a substância que agora alimenta diretamente o processo global de acumulação capitalista é a própria experiência humana* (Araújo, 2021, p.473, grifo nosso).

Um bom exemplo do processo em curso é discorrido por Dantas (2018, p.157-158) ao tratar sobre a “semiótica da mercadoria”. Ao citar o caso do leilão de palavras-chave. Segundo o autor, a atividade semiótica registrada na forma de palavras-chave se dá no objetivo de captar subjetividades, interesses, potencialidades, desejos, laços, enfim, uma série de práticas socioculturais rastreáveis no uso das plataformas na forma de dados com o fim para alguma compra ou venda. Tal processo seria importante para empresas do ramo da comunicação, principalmente ligadas à publicidade, em que “o mecanismo de leilão permite definir aqueles que ocuparão, com suas mensagens, as posições mais visíveis numa tela de computador ou smartphone” (Dantas, 2018, p.157-158). Para o autor – aqui reside o ponto em discussão –, essas palavras tratadas por engenheiros e analista são, ainda assim, produzidas pelos usuários das plataformas, sendo, os algoritmos, trabalho morto que ganha movimento pela alimentação dos usuários, e que, como tal, a atividade da experiência do usuário seria a origem de uma relação de valor, também como trabalho produtivo – trabalho que valoriza capital (Dantas, 2018, p.157-158). “Ao mercadejar até mesmo palavras, o capital apenas consumou aquilo que Debord já dizia há exatos 50 anos: atingiu tal grau de acumulação que se tornou imagem. Signo” (Dantas, 2018, p.157-158).

Tal abordagem ainda não nos beneficia entender a problemática trazida por Kangal, ou seja, se já é a atividade do usuário que gera valor ou se torna valor. O próprio Dantas se contradiz em sua colaboração, ao dizer que a palavra *ganha* valor – no sentido de passar a ter –, como se fosse mercadoria. O que se propõe aqui é pensar que *existe algo a mais entre a atividade humana experienciada e sua aparência na forma de dados que a lança no buraco*

negro de uma definição de “trabalho” que parece agora poder abarcar toda e qualquer atividade humana que por sua vez possa produzir dados.

Neste contexto, o *Big Data* serve, como dito anteriormente, mas agora visto com mais concretude, como a transformação num tipo de riqueza social em outro. “O *Big Data* torna-se então uma sofisticada esfera de acumulação de capital na forma de valor, capaz de quantificar e precificar dados que correspondem à coisificação das experiências humanas” (Araújo, 2021, p.473). Não em vão, tal economia do compartilhamento é tratada por Sadowski, por exemplo, por meio dos conceitos de “capital simbólico” e “capital social” de Bourdieu. Não seria absurdo pensar tal processo, cuidadosamente, a partir do conceito de “dádiva”¹⁶, como uma categoria antropológica de socialização tal qual o “valor”, rastejante na acumulação de capital, servindo de algum modo à sua autofagia. Da mesma maneira, o próprio Fuchs, para fazer uma pequena justiça ao tão criticado, foi capaz de ver nesta experiência da atividade humana um tipo de “valor de uso social” para as práticas de acumulação capitalista. O erro, no que aqui se propõe, é analisar aceitando que neste ponto já se tem “trabalho” como “trabalho abstrato” e, por consequência, valor. “O valor entra em colapso precisamente no momento em que procura transformar toda a atividade humana, cada movimento de respiração e cada pensamento, em trabalho abstrato para contrariar o esgotamento do trabalho” (Jappe, 2006, p.154). Tal processo descrito até aqui, está inserido num cenário de crise do valor que se arrasta como uma inadequação latente no seio da sua própria reprodução.

Existe aí, portanto, uma relevância crucial da percepção social pela forma-mercadoria que ganha vida pela imagem das tecnologias digitais. “A imagem apresenta-se como a principal forma de os indivíduos vivenciarem as relações de troca regidas pela lógica da mercadoria” (Araújo, 2021, p.475). Na imagem digital dos dispositivos tecnológicos mediadores da vida social no século XXI, a atividade humana serve não apenas como referencial que alimenta os algoritmos, mas tem sua atuação definida por estes, agindo sempre por meio de um ciclo vicioso da forma-mercadoria, sendo esta atividade humana vivenciada de maneira deformada (Araújo, 2021, p.468). O valor cria a necessidade social a qual agarra sua existência. Numa sociedade baseada na generalização da mercadoria e no trabalho abstrato, ao se alimentar da experiência humana para a acumulação global, pode confundir tal processo como trabalho, entretanto, busca-se mostrar aqui a especificidade da percepção social no domínio das imagens em tal processo.

¹⁶ Algumas relações do tipo podem ser vistas em Jappe e em Baudrillard, mas também em discussões atuais de tais categorias de socialização na base de movimentos de resistência, como faz Camila Jourdan em “Cosmologias do Múltiplo e Formas de Vida Anticoloniais”, disponível em: < <https://teiadospovos.org/cosmologias-do-multiplo-e-formas-de-vida-anticoloniais/> >.

1.4 Telas e signos: o valor de uso da imagem para a riqueza das plataformas digitais

Será feito um esforço de esclarecer essa discussão um tanto abstrata das imagens antes de entrar no recorte das plataformas que se pretende tratar. Já se discutiu um pouco ao se falar da diferenciação que Marx faz, no fetichismo da mercadoria, entre a interação física do olhar com aquela que é social; uma imagem real e uma imagem virtual, digamos, e como elas aparecem como duas instâncias de uma mesma relação. Alguns autores que se debruçam acerca do fenômeno da imagem por outras vias teóricas ajudam a entender tal processo.

Na dialética do olhar “as imagens são feitas para serem vistas, por isso convém dar destaque ao órgão da visão”, alerta Jacques Aumont (2002, p.77), mas o olho é um órgão que

não é um instrumento neutro, que se contenta em transmitir dados tão fielmente quanto possível mas, ao contrário, um dos postos avançados do encontro do cérebro com o mundo: partir do olho induz, automaticamente, a considerar o sujeito que utiliza esse olho para olhar uma imagem, a quem chamaremos, ampliando um pouco a definição habitual do termo, de espectador.

Entretanto, ao se fazer o movimento contrário como se propõe aqui inicialmente, olhando as imagens em seu sentido mais abstrato para sua manifestação visual que interage pelo olhar a partir de uma determinação social, não se deixa de considerar o sujeito e sua atividade, mas pode-se encarar nesta mesma relação não apenas o espectador, mas o “espetáculo”.

A imagem é uma abstração do real, e o seu predomínio, isto é, o espetáculo, significa um "tornar-se abstrato" do mundo. A abstração generalizada, porém, é uma consequência da sociedade capitalista da mercadoria, da qual o espetáculo é a forma mais desenvolvida. A mercadoria se baseia no valor de troca, em que todas as qualidades concretas do objeto são anuladas em favor da quantidade abstrata de dinheiro que este representa. No espetáculo, a economia, de meio que era, transformou-se em fim, a que os homens submetem-se totalmente, e a alienação social alcançou o seu ápice: o espetáculo é uma verdadeira religião terrena e material, em que o homem se crê governado por algo que, na realidade, ele próprio criou (Jappe *in* Debord, 2013, p.06).

Ao discutir a questão do espectador, Aumont aponta a imagem em seu sentido geral como uma mediação do indivíduo espectador e a realidade a partir de um domínio simbólico (Aumont, 2002, p.78). Segundo o autor, um dos aspectos mais discutidos nesta abordagem, e em parte é o que faz em seu escrito, como corrobora o próprio, seria: “há ou não há leis estéticas particulares a cada forma social e historicamente atestada da atividade artística?”. Aumont aponta que a tendência dos teóricos que se debruçaram sobre a questão da imagem era a de estudá-la em seu sentido mais geral e comum a todas as atividades artísticas, todavia, o aparecimento da imagem automática (foto; cinema; vídeo) relançou contínuas vezes debates

sobre a especificidade. Pressupõe-se que, ao inverter a ordem de análise considerando o “espetáculo”, pode-se ver não a especificidade artística da imagem visual, mas a especificidade social da imagem em sentido geral, e então, a partir daí, buscar na imagem visual a percepção própria da forma social.

Hans Belting, em “Por uma antropologia da imagem¹⁷”, conduz o pensamento de que as imagens se fiam em dois atos simbólicos, um de fabricação e um de percepção. “As imagens acontecem entre nós, que as olhamos, e seus meios, com os quais elas respondem ao nosso fitar. Elas se fiam em dois atos simbólicos que envolvem nosso corpo vivo: o ato de fabricação e o de percepção, sendo este último o propósito do anterior” (Belting, 2005, p.69). Esta ideia de dois atos simbólicos da imagem permitiria uma ilustração mental interessante para pensar tal movimento que se acusa aqui. Tal relação, entretanto, poderia conversar com toda uma biblioteca de estudos sobre linguística e filosofia da linguagem, de autores como Saussure, Bakhtin, Peirce, Eco e Vygotsky, entretanto, este processo poderia inferir a abertura de um leque muito maior do que esta dissertação é capaz de dar conta, fugindo do objetivo principal de discussão sobre as plataformas digitais. Tal importante relação passa por discussões que só serão abordadas aqui a partir dos recortes de referenciais específicos do objeto tratado, como se pode observar nas discussões feitas por Bucci, Dantas e até mesmo Baudrillard, para mencionar alguns já citados; autores que já traçaram esforços hercúleos em obras extensas e/ou densas para demonstrar as correlações e propor articulações para o tema. Acredita-se que deste modo pode-se limpar o terreno para a empreitada acerca do valor e da imagem na produção de dados, como se propõe.

A questão posta aqui logo de cara é que, ao se falar da imagem visual, fala-se de um processo de percepção estético a partir da referencialidade do olhar. Ao se tratar da imagem em geral, fala-se do processo de percepção social posto na relação entre indivíduo e dispositivo a partir de uma forma social determinada. Ao se falar destas duas instâncias fala-se na verdade de definições que coabitariam na mesma relação. Existe, claro, um movimento semiótico aqui presente. Na semiótica, entretanto, costumeiramente se olha da imagem visual à imagem em geral, se assim se pode dizer. Por exemplo, ao olhar o uso de determinada cor em uma cena de uma obra filmica em específico e entender como aquele uso estético reflete uma significação ao espectador. Aqui, reforça-se, pretende-se analisar o

¹⁷ Uma antropologia da imagem poderia ser pensada como: um estudo da imagem em sua relação com o homem em geral (Aumont, 2002, p.129-130). As articulações que se faz aqui a partir da crítica do valor, principalmente as inferências de Jappe e os debates entre uma crítica da economia política e da imagem vista em Debord e Baudrillard, por exemplo, apontam para uma antropologia crítica da imagem, compreendendo o estudo da imagem em sua relação com o homem em diferentes formas sociais as quais este se organiza ao longo da história, compreendendo em especial, todavia, a condição destas imagens da forma social da mercadoria.

movimento contrário, partindo da instância mais abstrata da imagem na sua forma social pela mercadoria para a sua determinação sobre o sentido visual.

Acredita-se que esta discussão tenha um papel essencial para compreender a lógica inerente às plataformas digitais e a relação discutida entre a atividade humana geral e sua transformação em dados; *na transubstanciação de uma riqueza social real na atividade humana, para uma riqueza social abstrata na forma de dados que alimentam a atividade maquínica*, renda e o dinheiro nos ciclos de acumulação especulativos do capital. O que se pode resumir é que se trata *de uma análise da imagem em seu sentido mais geral e abstrato, para entender, em seu sentido visual concreto, como tais determinações sociais gerais aparecem na mediação tecnológica, determinando a relação com as imagens numa ordem de consumo*. Acredita-se que, com isto, pode-se ir além de uma análise do conteúdo ou de uma ideia positivada do uso e do design – sem perder sua relevância na análise crítica –, mas, como visto anteriormente, pode-se compreender o cercamento dos espaços de interação digital para o arrendamento e a produção de dados como prática que determina o fim social da tecnologia empregada.

No aparecimento da imagem automática que bagunça os estudos da imagem em seu sentido geral e enfatiza a busca por entender as especificidades da imagem visual, a tela se torna o principal dispositivo mediador das relações humanas. Ao se relacionar com as telas, contudo, relaciona-se, na verdade, a partir de imagens. Algo que em muitos casos se ignora na análise de plataformas digitais é que o processo de interação entre pessoas a partir das telas digitais se dá, na verdade, numa relação entre signos produzidos pelas pessoas e os signos produzidos pela máquina. Em “*A sociedade do espetáculo*”, Debord (2013, p.35) expõe o conceito do “espetáculo” não como “um conjunto de imagens” que se interage, “mas de uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”.

Aumont (2002, p.61-66) expõe uma dupla realidade perceptiva das imagens. Cita como um exemplo do fenômeno o olhar sobre uma fotografia. Existe neste caso um reconhecimento tanto da superfície plana quanto da tridimensionalidade incutida no registro da foto. Dizendo nos termos já aqui usados, é como se existisse uma imagem intrínseca à realidade como coisa (o papel, a impressão da foto ou sua projeção luminosa em uma tela digital), ao mesmo tempo em que existe uma imagem social acoplada, indissociável, mas diferente, dentro da mesma relação, como uma imagem virtual em que se percebe a tridimensionalidade ou, no caso das plataformas digitais, em que se entende a superfície plana da tela digital como um campo de interação social entre signos. Não se enxerga imagens planas, projeções, ícones ou signos, mas pessoas e relações. Desta forma, existe uma

armadilha, pois não é o reconhecimento desta dimensão social da imagem que permite a percepção da realidade intrínseca, mas o contrário, “é o fato de perceber a imagem como uma superfície plana que permite perceber com mais eficácia a terceira dimensão imaginária representada na imagem” (Aumont, 2002, p.65). A dimensão social da imagem acaba por ser, digamos, passivamente experienciada. Legitimado ou não, como se dá a preocupação sobre a recepção nos estudos de comunicação, as imagens fluem sobre o olhar com sua dimensão social exposta, mas sua realidade intrínseca é subsumida, torna-se um fundamento pressuposto, estático à percepção. É nesta intrinsecabilidade da imagem em que está a forma social da mediação tecnológica do dispositivo que se virtualiza. Ao se relacionar por plataformas, percebesse a dimensão social sem recorrer ao conhecimento de que se está, na verdade, se relacionando com signos, numa relação social mediada por imagens. O reconhecimento do aspecto intrínseco e geral da imagem dá a essa relação sua percepção crítica, em que pode ser pensada a “leitura” de imagens em diferentes mídias, como filmes, quadrinhos e videogames, por exemplo.

O espetáculo – também chamado de “o midiático” em seus comentários sobre a obra original já nos anos 1980, cerca de 20 anos depois – é tido para Debord como uma inversão concreta da vida num movimento autônomo do não-vivo (2013, p.34). Tal zumbificação, não obstante, ocorre pela mediação tecnológica da tela digital, dispositivo de fluxo contínuo de imagens que passa a habitar e condicionar a relação entre as pessoas. Por isso, para Bucci (2021, p.352), afirmar a mediação das relações por imagens é o mesmo que afirmar que as relações se dão por mediações imaginárias na qual o “eu” só encontra significado na mercadoria; esta seria, portanto, a forma de mediação dominante nas telas das plataformas digitais. Não é em vão, portanto, que ao se falar de imagem, fala-se também de tecnologia; e ao se falar de um tempo histórico no qual as relações sociais entre pessoas é mediada por imagens, fala-se também de relações sociais entre pessoas mediada por tecnologia.

Aumont em sua obra já citada de título bastante sugestivo, “A imagem”, cuida-se de tratar também sobre a determinação dos dispositivos de imagem, aludindo que:

O dispositivo é o que regula a relação entre o espectador e suas imagens em determinado contexto simbólico [...] o contexto simbólico revela-se também necessariamente social, já que nem os símbolos nem a esfera do simbólico em geral existem no abstrato, mas são determinados pelos caracteres materiais das formações sociais que os engendram (Aumont, 2002, p.192).

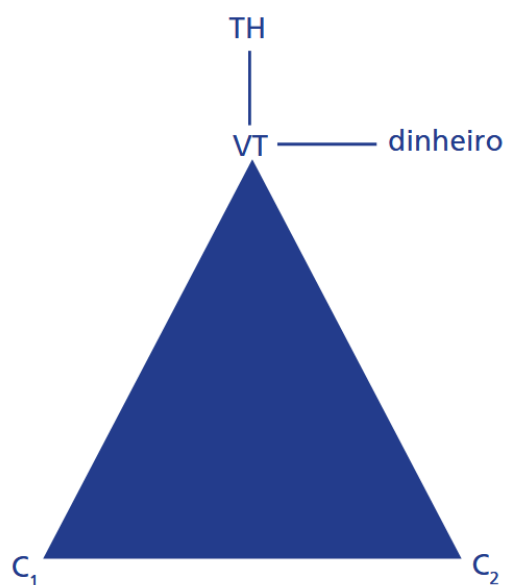
As telas digitais, retomando Araújo, permitem a compreensão de que “por meio da imagem digital, a tecnologia favorece ideologicamente a dominação da lógica social da mercadoria, não exatamente sobre os indivíduos, mas, na verdade, por dentro e ao seu redor”

(Araújo, 2021, p.475). Pode-se, desta maneira, compreender uma espécie de reprodução da forma social a partir da mediação do dispositivo tecnológico, ao mesmo tempo que define uma “ordem estética” da percepção social. Na verdade, parece não haver uma distinção clara entre os dois processos, como se pode ver na abordagem de Baudrillard sobre o signo na crítica da economia política.

O que se disse, no primeiro capítulo, da abordagem de Baudrillard sobre a questão, é só uma pequena parte inicial de seu argumento, ou seja, de que a forma social de relação com os objetos determina também a forma da imagem; a forma da percepção social sobre os objetos ou a forma como os objetos determinam a significação numa determinada forma social. O sociólogo chega a traçar correlações históricas e antropológicas acerca da distinção de tal processo imagético numa relação pela mercadoria e numa relação pela dádiva. Baudrillard (1995, p.58-65) vai além ao argumentar que a mercadoria é uma lógica daquilo que se produz como *signo*, enquanto nas relações baseadas na dádiva, o objeto era produzido na lógica social como um símbolo encerrado em si mesmo. Na mercadoria-signo, “em vez de se abolir na relação que funda, e desse modo tomar o seu valor simbólico (como no presente), o objeto torna-se autônomo, intransitivo, opaco, e passa a significar, pelo mesmo fato, a abolição da relação” (Baudrillard, 1995, p.58-65). A relação da mercadoria seria portanto uma relação social que separa o objeto da sua constituição própria, dando-lhe uma existência separada, isolada, na forma de signo, cuja significação está na correlação com outro signo isolado que lhe serve de equivalente e diferenciação, e seria nessa função de objeto-signo da mercadoria que nasceria o consumo como “lógica de significação”. “O objeto tornado signo já não ganha o seu sentido na relação concreta entre duas pessoas; ganha o seu sentido na relação diferencial com outros signos” (Baudrillard, 1995, p.58-65). Os objetos só podem se relacionar de modo “independente” uns com os outros na forma de mercadorias, nesse sentido, na forma de signos, pois diferentes disso estariam sob relação direta entre pessoas cujo valor de troca não faria o menor sentido, mas um “valor simbólico”, como diz Baudrillard em seus termos. Por isso, a mercadoria só existe como objeto de consumo desligada: “das suas determinações psíquicas como símbolo; das suas determinações de função como utensílio; das suas determinações mercantis de produto; portanto, liberto como signo, e retomado pela lógica formal da moda, isto é, pela lógica da diferenciação” (Baudrillard, 1995, p.58-65).

Esse debate se esclarece um pouco melhor na leitura feita por Dantas (2018) a partir da já citada ideia de “semiótica da mercadoria”, em que o professor afirma de maneira corroborada a Baudrillard, e em articulação com Eco, que “uma mercadoria é signo da outra, ‘está pela outra para alguém’, relação de significação possível devido ‘à existência cultural de um parâmetro de troca’” (Eco *in*: Dantas, 2018, p.148). Seguindo a forma que Eco integra o conhecimento de tal processo, Dantas menciona a semiotização da mercadoria numa formação geométrica do triângulo, aludida já por Marx, sob a lógica de que o triângulo: “se reduz a uma expressão completamente diferente de sua figura visível – a metade do produto de sua base pela sua altura. O mesmo ocorre com os valores de troca das mercadorias: tem-se que reduzi-los a algo comum, do qual eles representam um mais ou um menos” (Marx *apud* Dantas, 2018, p.151). Essa lógica pode ser vista na imagem ao lado – retirada de Dantas (2018, p.148) na ilustração da descrição de Eco, em que VT= valor de troca com parâmetro social; C^1 e C^2 = mercadorias objetos-signo em relação; TH= quantidade de trabalho como ponto de equivalência comum entre mercadorias distintas. Desta forma, “os signos são os valores de troca da mercadoria. O preço e o dinheiro serão as principais formas de expressão da ‘linguagem da mercadoria’” (Marx *apud* Dantas, 2018, p.151). Seguindo a afirmação de Marx e a explanação de Eco por meio de Dantas, pode-se dizer que as mercadorias se relacionam enquanto signos a partir do parâmetro social do valor de troca.

Imagem 1 – referência visual de uma "semiótica da mercadoria" segundo Eco In: Dantas.



As relações sociais mediadas por imagens revelam-se como uma relação por signos no dispositivo tecnológico das telas como máquinas de imagem contínua sob a qual a forma social se determina sobre a percepção social da imagem. É este movimento que sairia da imagem em seu sentido geral para a visualidade da interação semiótica. Ao se relacionar, por exemplo, pelas plataformas a partir das telas digitais, a própria relação dada a partir de signos está posta de modo a favorecer a forma-mercadoria. O próprio indivíduo mercadoriza-se ao se tornar signo em relação a outros signos na sua prática como usuário-consumidor. O trabalho efetuado pela máquina, organizado sob o modelo de negócios de plataformas, cumpre o papel

de criar a separação da atividade humana para sua expressão em dados, como signos daquela atividade humana real separada de sua expressão que lhe constituiria como símbolo, ou seja, um objeto cuja significação está encerrada em si mesma. Nada está encerrado em si mesmo nas plataformas, tudo se relaciona como signo, tornando virtualmente possíveis significações “infinitas” que retornam para se acoplar de volta à atividade real dos usuários. É o que se corrobora na citação de Araújo (2021, p.473), de que:

Isto ocorre à medida que o algoritmo analisa e organiza a experiência social em padrões matemáticos na forma de uma receita computacional capaz de retornar ao sujeito por meio da imagem projetada nas telas, para então modelar comportamentos, suas tendências e como estes constituem socialmente a experiência da vida digitalizada sob a lógica da mercadoria.

Os signos em significação contínua nas imagens da tela digital, cumprem, ao mesmo tempo, a partir da cisão inerente de sua condição como signo, a abolição da relação inferida por Baudrillard. Não uma relação direta entre pessoas, nem uma pura relação entre imagens, mas uma relação social entre pessoas mediada por imagens. Desta maneira, as relações sociais mediadas por imagens na sociedade do espetáculo desligam-se dos aspectos da atividade humana viva, parafraseando Debord (2013), sem nunca mais reconhecerem-se de novo nas relações reais, sem nunca mais simbolizarem-se, apenas significam em um curso de imagens digitais que se perdem zumbificadas num consumo já morto, mas que ainda caminha entre os vivos.

Tal processo decorre que a riqueza da acumulação das plataformas está presente nesta abstração, ou melhor dizendo, no processo maquínico de cisão destes “valores de uso sociais” em algo completamente abstrato. Da mesma forma que a mercadoria se relaciona ao se tornar signo, as pessoas se relacionam por meio das plataformas enquanto signos¹⁸. Existe um desligamento simbólico da imagem na interação das telas digitais em sua forma plataformizada. “O algoritmo digital representa a automação da ideia como forma de vivenciar o conteúdo das relações sociais” (Araújo, 2021, p.481). Nessa forma desligada do simbólico, os signos produzidos se desligam também de sua realidade viva, tornam-se registros abstratos da atividade na forma de dados, e essa separação como a própria finalidade real da máquina. Em certos casos, tais dados são vendidos a *data brokers*, espécie de corretores de dados que os vendem para outras organizações. Estes dados retornam ao usuário na forma da mediação e modulação dos algoritmos. Desta maneira, “o algoritmo é o não-vivo apontado por Debord, que subjuga o vivo; uma não-pessoa que traça o destino das pessoas”

¹⁸ “Em vez de saírem uns olhando nos olhos dos outros, indefinidamente, os sujeitos olham para a instância comunicacional. Olham para ela sem vê-la, jamais. E, por isso mesmo, por atrair o olhar e, no final da linha, ser ela mesma invisível, a instância cumpre tão bem a sua função”. (Bucci, 2021, p.44)

(Araújo, 2021, p.481). Mais que o algoritmo como sua expressão concreta, entretanto, o não-vivo é a própria socialização pelo valor, que como abstração humana, paira como uma sombra sobre as relações mediadas por tecnologias de imagem. Posteriormente, ao tratar especificamente da imagem, pretende-se retornar a esta discussão de forma mais aprofundada, já tendo colocado todas as peças na mesa, entretanto, este processo todo nos remete a uma demonstração viva do movimento da imagem em geral para a imagem visual.

Um dos autores que inspira a seguinte pesquisa e que parece já ter feito tal movimento de análise da imagem do seu sentido geral abstrato para o seu sentido específico concreto foi Walter Benjamin. O autor busca entender como a condicionante técnica da mercadoria se acopla à condição de percepção social das imagens visuais. Não à toa, Benjamin não analisa um tipo de obra de arte em específico para compreender a imagem visual na sua condição de reprodutibilidade, mas ao contrário, passa por compreender a reprodutibilidade técnica da obra de arte para assim compreender seus processos perceptivos específicos. Tal análise permite chegar a sólidas conclusões da percepção social, como faz com o filme ao dizer que “a fórmula em que a estrutura dialética do filme, em seu aspecto técnico, chega à expressão é: imagens descontínuas diluem-se em uma sequência contínua (Benjamin, 2018, p.107).

Mas a questão da imagem era central para Benjamin, e suas análises iam além da obra fílmica isolada como crítico, mas perpassa uma definição de história sob a qual a imagem dialética age como quebra da linearidade percebida. Priva-se aqui, entretanto, de entrar em meandros do conceito de “imagem dialética” de Benjamin, evitando longos desdobramentos para outros caminhos mais filosóficos, sob os quais não seria possível dar conta aqui. O que se firma, contudo, é que “a conexão entre o passado vivo e o presente ativo é denominado de ‘imagem dialética’, a qual nasce do processo de rememoração” (Pacheco; Souza Neto, 2023, p.124; Mate, 2011 *In*: Pacheco; Souza Neto, 2023, p.124). Como confere Aumont “o reconhecimento proporcionado pela imagem artística”, por exemplo, “faz parte pois do conhecimento; mas encontra também as expectativas do espectador, podendo transformá-las ou suscitar outras: o reconhecimento está ligado à rememoração” (2002, p.83), num processo que se liga naquele repertório do que se está vendo com aquilo que já foi visto. Mas o que ocorre quando tudo o que se vê são imagens morta-vivas do que já foi; quando o que se vê é exatamente o que já foi visto e não mais rememora, mas assombra como um fantasma?

Como compreende Debray (1994), a imagem jorra dos túmulos, como nas máscaras fúnebres de onde decorre o termo “imago” no qual se origina a palavra “imagem”. Esta conexão temporal é o que define a ordem perceptiva das imagens. No espetáculo, entretanto, na autonomia das imagens de seu contexto real vivo, elas ganham vida própria, não jorram

mais dos túmulos mas, na verdade, parecem sequer entrar neles. Sem nunca morrer, essas imagens assombram o presente como passado desperto, zumbificado; não simboliza mais um momento passado que surge como imagem em relação com o presente, ao contrário, na tela digital na forma de signo, agem num movimento contínuo de significação¹⁹. Notícias, memes, polêmicas, tragédias, surgem do nada anos depois como se tivessem ocorrido agora mesmo, igualmente, consome-se imagens seriadas nos *scrolls* infinitos, sem sequer se lembrar no fim do dia o que se consumiu. A rememoração que induz o sentido dá lugar a um vazio meramente reativo.

A realidade torna-se uma imagem, e as imagens tornam-se realidade; a unidade que falta à vida, recupera-se no plano da imagem. Enquanto a primeira fase do domínio da economia sobre a vida caracterizava-se pela notória degradação do ser em ter, no espetáculo chegou-se ao reinado soberano do aparecer. As relações entre os homens já não são mediadas apenas pelas coisas, como no fetichismo da mercadoria de que Marx falou, mas diretamente pelas imagens (Jappe *In*: Debord, 2013, p.06).

A internet e a ascensão do domínio das plataformas digitais como nova ordem de reprodutibilidade e de acumulação capitalista, removeu as imagens do campo da rememoração e lançou para o campo da realização. Nas plataformas digitais a rememoração dos mortos se transformou em zumbificação dos vivos pelas imagens que nunca se deixam morrer. São imagens que não são mais símbolos de absolutamente nada. Funcionam apenas na forma de signos consigo mesmas, sem se tornarem símbolos, nem mesmo na relação de troca de mercadorias, na medida em que estão separadas de seu fundamento corpóreo e só permitem uma troca virtual absorvida como lucro pelos mercados financeiros. Até mesmo sua simbolização se simboliza em ficção economicista Assim, não se parte mais da relação da mercadoria (da intrinsecabilidade pressuposta do objeto) como produtora de uma cisão imagética na produção do valor de uso, parte-se de maneira invertida, da própria cisão do valor de uso para a reprodução da mesma cisão na forma de outros signos.

Os símbolos que constituem uma relação maior com a cultura de uma determinada realidade viva, entram em crise de representação; de informação; de verdade. A pós-modernidade não se impõe como mera ideologia como a maioria dos marxistas tradicionais propuseram tratar de forma bastante anti-marxista, como se o pensamento determinasse a realidade e não a realidade determinasse o pensamento, mas sim como expressão das condições materiais que atinge a própria realidade cultural capitalista. “Debord explica que o espetáculo é uma forma de sociedade em que a vida real é pobre e fragmentária, e os indivíduos são obrigados a contemplar e a consumir passivamente as imagens de tudo o

¹⁹ Bucci chega a destacar que um acontecimento como o atentado às torres gêmeas em Nova York no 11 de setembro “abriu um rasgo na linguagem. Ele aconteceu, e ainda segue acontecendo, num gerúndio de ecos visuais. Ele aconteceu na *instância da imagem ao vivo*” (Bucci, 2021, p.41)

que lhes falta em sua existência real” (Jappe *in* Debord, 2013, p.05). Jameson foi um dos expoentes a tratar desse tema com este olhar:

O que ocorreu é que a produção estética hoje está integrada à produção das mercadorias em geral: a urgência desvairada da economia em produzir novas séries de produtos que cada vez mais pareçam novidades (de roupas a aviões), com um ritmo de *turn over* cada vez maior, atribui uma posição e uma função estrutural cada vez mais essenciais à inovação estética e ao experimentalismo (Jameson, 2006, p.30).

Como pode ser visto no lixo audiovisual oceanico que pinta a paisagem cibercultural de plataformas como o YouTube e que afundam até os níveis abissais do esquecimento estético caso não sejam absorvidas pela lógica algorítmica da indústria cultural automatizada. A inovação estética apenas vê a luz do sol se puder ser capitaneada pela forma-mercadoria.

Isso tudo lança a discussão de volta à principal pergunta construída, que é: qual a importância deste processo todo para a explicação do que vêm acontecendo na produção de dados, das discussões sobre o trabalho nas plataformas digitais e na mediação das relações sociais por imagens? Melhor dizendo: qual a importância deste processo tecnológico e imagético para a produção de riqueza das *big techs* e geração de valor? Postone lança uma primeira luz sobre a questão, ao salientar que:

Como a categoria do valor tem sido frequentemente comparada à da riqueza social em geral, as tendências dominantes tendem a argumentar que o trabalho é sempre a única fonte social da riqueza, subsumindo, assim, a riqueza material ao valor, ou que o valor não é uma função unicamente do trabalho, mas pode ser criado diretamente pela aplicação do conhecimento científico e tecnológico, subsumindo, portanto, o valor à riqueza material (Postone, 2014, p.230).

O que se discute, portanto, é uma diferença na riqueza social entre uma riqueza real e uma riqueza abstrata. Afirmar, como se fez até agora, que os dados não são naturalmente extraídos das pessoas mas produzidos numa indústria, ainda nos diz muito pouco. É possível facilmente afirmar a mesma coisa e ainda assim considerar a atividade do usuário como uma atividade de trabalho, enquanto os dados são o produto deste trabalho. Especula-se, não obstante, que existe uma confusão na identificação da produção de dados como produção de riqueza – como valor em sentido geral – pela atividade do próprio usuário.

Sob a lógica do compartilhamento, assim como nas antigas formas sociais da dádiva, não se tinha, como se evidencia, uma diferença social real entre o trabalho e outras atividades – sendo esta conceituação de “trabalho” – como uma instância separada da atividade social – uma definição moderna (Jappe, 2006, p.230)²⁰. Na atividade do usuário também não há tal distinção, e o trabalho maquínico e de produção de dados surge como o trabalho de

²⁰ Importante dizer de antemão, a fim de evitar confusões, que não lanço sobre a categoria dos “dados” a mesma relação que a “dádiva” impõe, mas uma condição específica posta pela relação da mercadoria e do valor como pressuposto de sua separação realidade/imagem inerente, como se pretende esclarecer ao longo de todo o texto.

diferenciação, de separação da imagem de sua atividade real, transformando em riqueza abstrata toda e qualquer atividade humana. Trata-se portanto de momentos separados do mesmo processo, ou melhor dizendo, trata-se de um processo de separação de uma atividade social que nunca esteve integrada. Portanto, para explorar o tema na medida em que se deseja aqui, é preciso entender não apenas que os dados são produzidos (e não meramente extraídos) a partir da atividade das pessoas, mas que a atividade humana geral que se tem pressuposta nesta relação é qualitativamente diferente de sua expressão como “dados”.

Levando em consideração o que se trouxe sobre Baudrillard, é como se na atividade geral houvesse (virtualmente) um processo simbólico integrado incipiente à culturalidade viva, que no processo econômico das plataformas digitais se torna uma culturalidade separada na forma dos dados. Por isso se diz que o que se tem é a *transubstanciação*, a produção de um tipo de riqueza social em outro, tal como no conto grego do “rei Midas”, da maldição do toque de ouro. Assim, não só “a produção, como produção social, não está submetida de fato ao controle social, sob a forma de que a forma social da riqueza existe como uma coisa fora dela” (Marx, 2017, p.544), como se tem uma separação explícita da riqueza social em uma abstração que se coloca fora da própria atividade social real. “Tal como a socialização material se distingue da socialização no nível formal, também a riqueza material e a riqueza abstrata, a produção de valores de uso e a produção de valor se distinguem entre si. Estamos a tratar aqui de dois níveis de realidade completamente diferentes” (Jappe, 2006, p.53). Por isso, argumentarei cuidadosamente sobre a imagem pela forma social da riqueza abstrata do valor, ou melhor, a riqueza abstrata do valor como forma da imagem. Busca-se por este traçado uma possível síntese lógica para o campo da crítica da economia política aplicada às tecnologias da informação e comunicação, corroborando as hipóteses tratadas.

2 O rei Midas pós-moderno e a transubstanciação

“And now we're breeding a feeling of animosity. /
Our thoughts are tribal, go viral and now it's
deafening. / Oh how we're loving the comfort of
pack mentality. / The internet has teeth and It eats
and eats and eats ya”.²¹

(Can You Afford To Be An Individual?, Nothing
But Thieves, 2020)

As plataformas digitais carregam consigo o poder de criar um simulacro a qual tudo e todos passam a se submeter e integrar, como máquinas que passam a mediar não apenas massivamente os processos produtivos do universo de mercadorias que dão razão de existir à atual forma de vida social, mas coloca-se como condição imagética intrínseca às relações sociais da forma produtiva capitalista baseada no valor. Todas as mediações passam a se subordinar à mediação geral da imagem digital. A esta “magia”, que passa a envolver todas as relações sob um insumo de dados que passam a servir como base da riqueza social e transubstancia todas às coisas ao ouro virtual do capital, é que esta pesquisa se debruçará e, ao menos, discutirá para que se possa traçar novos pontos de vista em relação às críticas e soluções possíveis.

Vale, antes de tudo, contar aqui uma breve história, que mesmo estando presente nos antigos contos gregos, parece ilustrar a discussão atual.

Certa vez, Sileno, o sempre embriagado mestre e pai de criação do deus Dionísio, preso após ser reconhecido por camponeses em um vilarejo, foi levado à presença de Midas, rei da Frígia. Ao reconhecer a figura trazida até si, Midas ordenou que o libertassem e recebeu Sileno como um anfitrião, acolhendo-o com alegria como um convidado. Midas lhe proporcionou dez dias e dez noites de festas, uma vez que ambos haviam sido iniciados por Orfeu nas orgias. Depois disso, Midas devolveu a salvo Sileno a Dionísio, que agradecido pelo cuidado do rei, ofereceu-lhe, como recompensa, qualquer pedido que ele desejasse. O rei Midas, prontamente, pretensioso e à altura de um grande rei, pediu-lhe que recebesse o poder de transformar em ouro puro tudo o que ele viesse a tocar com o seu corpo! Com pesar pela infelicidade do pedido, Dionísio concedeu o desejo ao rei. Midas vislumbrava-se com tal

²¹ “Can You Afford To Be An Individual?” - Canção de *Nothing But Thieves*, 2020, disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=ZHv0OFyb-aM&list=RDZHv0OFyb-aM&start_radio=1 >.

magia. Tocou uma pedra e ela se transformou em ouro, depois, fez o mesmo com um ramo de carvalho e logo a planta reluziu com a riqueza dourada. Talvez naquele momento Midas poderia ter pensado que realizou ali o sonho dos reis e que se tornaria o mais rico e poderoso rei do mundo e se igualaria aos deuses. Sua alegria durou pouco, todavia, pois assim que decidiu se alimentar, deu-se conta de que quando tocava o pão, este se transformava em ouro maciço, quando sua boca tocava qualquer comida que fosse, transformava-se em ouro. Bebeu um gole de vinho que lhe desceu pela garganta como ouro líquido. Por fim, Midas tocou em sua filha e ela se transformou em ouro. Em desespero e entendendo o poder vindo de seu desejo como uma maldição, Midas implorou que Dionísio retirasse dele o toque de ouro. Dionísio o libertou mas disse, entretanto, que não poderia retirar o poder, mas instruiu ao rei frígio para que fosse até o rio Pactolo e seguisse pela margem até encontrar a sua nascente e, lá, se banhasse nas águas, para que se pudesse lavar da culpa e do castigo daquela maldição autoinfligida. Midas assim o fez, e logo que tocou as águas, dizem que o ouro de sua maldição escorria e abrilhantava as águas do rio, e a maldição de Midas transformou as areias do rio em auríferas e assim o são até os dias de hoje²².

O antigo conto grego do rei Midas pode ser encontrado em vários textos de ficção, artigos e estudos dos mais variados tipos como forma de analogia para tratar sobre a ganância e avareza humana, e por isso também não é difícil encontrar relações do mito com a forma de vida capitalista. Aqui, entretanto, entende-se que o conto do rei Midas pode servir, não apenas como forma de ilustração simbólica para compor a poeticidade da pesquisa que se segue, mas também como forma de analogia direta à situação do capitalismo em seu contexto de crise do valor e de sua condição histórica pelas plataformas digitais, com um cenário de globalização, mediações algorítmicas e integração de mídias e trabalhos por plataformas. Assim, o poder da transubstanciação ao ouro se torna uma forte alegoria, que será tratada em detalhes ao longo dos capítulos que se seguem.

O digital surge como elemento central e mediador de todos os aspectos que concernem à vida humana sob a lógica do valor. Carrega a função não apenas de meio, ou mídia, onde a produção de imagens fabricadas alcança as pessoas que interagem com elas, mas se transforma em um espaço onde as mediações de significação do mundo social acontecem, ocupando a dimensão da percepção destas imagens. Tal processo serve à produção e acumulação de dados, pressuposto para a circulação de mercadorias de bens de consumo e na

²² Narrativa baseada na versão mais conhecida do conto, catalogada por Ovídio em 43 a.C.-17? d.C, assim como em “O livro de ouro da mitologia” de Thomas Bulfinch (2018) e em “O livro da mitologia” por vários autores, publicado pela Globo Livros (2018). Em algumas versões Midas morre por não conseguir mais se alimentar.

forma da publicidade. Torna-se mais que evidente a força das imagens na sociedade digitalizada dominada pelo valor.

Atinge-se milagres econômicos de acumulação de capital e lucros pelas chamadas *big techs*, empresas de tecnologia e informação, que revestem a realidade social de uma aparência de prosperidade e avanço técnico-científico produtor de melhorias sociais e democratização, mesmo que todo o seu contexto econômico aponte para uma crise estrutural e avanço de ideais fascistas e guerras econômicas e corporativas; mesmo que a condição social seja de degradação do meio ambiente e das condições básicas de reprodução da vida, que leva todos os setores políticos à busca por um passado glorioso que nunca existiu. Tal fenômeno é reconhecido num horizonte de crise avançada desde, pelo menos, 2008. Um abismo se instala entre os donos do mundo e a massa despossuída, ambos servos da fantasmagoria do valor e do trabalho.

Para tratar do tema, mira-se na crise do valor, a fim de entender o contexto no qual as plataformas digitais se inserem e como, a partir de seu caráter tanto cultural quanto produtivo, pode-se entender a relação destas duas instâncias em um mesmo fenômeno que nos ajude a compreender tanto a questão objetiva quanto subjetiva, visando, inclusive, uma inseparabilidade para esta questão sob os termos do fetichismo da mercadoria.

A crise do valor de troca se caracteriza pela predominância da mais-valia relativa como forma de acumulação dominante, que se relaciona a uma crise do valor de uso no contexto da indústria cultural no século XXI. O capitalismo passa a se mover em antítese, a partir de sua própria negação pela contradição existente na predominância da mais-valia relativa, tal como pelo uso dos seus pressupostos simbólicos como forma de socialização pelo valor, uma vez que seus pressupostos modernistas universais e transcendentais encontram-se, todavia, esvaziados. Intersecções raciais, de sexo e gênero, de classe, etnia, natureza, enfim, todas essas cisões se tornam pressupostos negativos condicionais para a própria realização do valor. As tecnologias da informação e comunicação contextualizam um regime de acumulação de dados que passa a envolver todos os aspectos da vida humana, transformando, inclusive, as formas de trabalho assalariado por meio da plataformação e as mediações algorítmicas em trabalhos de serviço ou de “produções semióticas”, rastros de atividade humana geral abstraída sob a forma dos *dados*.

Pode-se, com isso, olhar para a indústria cultural propriamente, entendendo a sua mudança a partir do digital como um fator não meramente midiático mas mediador, cujo fim último é sempre a socialização pelo valor sob a forma de trabalho e da compra e venda de mercadorias, que age pela positivação simbólica destes pressupostos negativos. Assim, tem-se

uma breve noção de como a categoria do valor (e sua crítica) possui relação com a forma em que a sociedade produz suas representações, aprofundando tal teoria com uma teoria da imagem. O valor se apresenta como uma abstração real, com ação objetiva e subjetiva.

O digital parece dar ao capitalismo poderes mágicos, capazes de transubstanciar tudo o que toca em ouro. O sistema produtor de mercadorias parece ser capaz de flutuar, como uma entidade que paira sobre nossas cabeças, totalizante, e até mesmo tido na percepção cotidiana comum como um estado natural humano, dada a peculiaridade de uma dominação social abstrata. Entretanto, a crise do valor revela ao público que o mago do capital não possui de fato poderes, mas sim uma terrível maldição. Seus sinais podem não ser compreendidos, mas são sentidos na pele por qualquer um vivo neste tempo histórico. Assim como o rei Midas, do mito grego, o capitalismo se encontra amaldiçoado pelo toque de ouro, cujo destino inevitável é a morte por inanição. Os capítulos que se seguem nesta parte tratam sobre a maldição pós-moderna do capital, a fim de encontrar o caminho que leva à fonte do rio Pactolo, onde, segundo Dionísio, pode-se se lavar da culpa e do castigo da destruição pela riqueza. A magia de Midas está lançada como uma benção vinda dos deuses, agora, é preciso entender como, na verdade, ela se configura numa maldição que condenou os humanos à riqueza abstrata do valor e os próprios deuses ao realismo do capital.

2.1 A magia do digital: soluções para a crise na dataficação da vida

A socialização pelo valor impulsiona a pretensão de pensar a produção do modo de vida da sociedade capitalista como produto de um tipo de relação social historicamente determinada, que incute, por isso mesmo, um tipo de relação imagética. Identificar e discutir acerca destas determinações se faz primordial no contexto ao qual toda e qualquer forma de mediação social passa a se tornar uma etapa anterior digitalizada com fim à socialização pelo valor.

As tecnologias da informação e da comunicação passaram a compor uma teia que envolve todas as etapas da mercadoria, produção/circulação/consumo, cada uma destas etapas agindo em detrimento da outra, num processo integrado e correlato que envolve todos os aspectos da vida humana para além dos muros da fábrica. A vida humana passa a agir sob a lógica da produção, mesmo em momentos os quais, teoricamente, as pessoas não estão diretamente envolvidas em trabalhos produtivos. Esta mediação digital de tudo (Morozov, 2018) passa a se tornar central num contexto de crescente empregabilidade de “trabalhos informacionais” ou “trabalhos digitais”, ainda, “trabalhos por plataformas”, cuja a funcionalidade para o sistema produtor de mercadorias baseado na geração de mais-valia se

torna um “mistério”, já que parte de tais trabalhos assalariados não seriam produtivos, no sentido capitalista de criação de novas mercadorias produtoras de valor, enquanto a produção se automatiza cada vez mais. Mas a quê essas atividades dizem respeito, então?

O advento da cibernética se dá num contexto de crise do capitalismo da produção de valor que já podia ser sentido nos anos 1960, mas que teve, talvez, como principal marco, a crise do petróleo nos anos 1970. Destacou-se a mudança de um capitalismo fabril diretamente industrial para um capital cada vez mais especulativo de indústria automatizada. Alguns autores apontaram, inclusive, a crise das então chamadas “experiências do socialismo real” como parte desta crise de uma sociedade baseada na produção de mercadorias, países de “capitalismo de estado”. Tais críticas presentes nos referenciais já expostos desta pesquisa se constituem no fato de nenhuma das experiências do dito “socialismo real” romperem com as formas de reprodução social do capital, as quais Mészáros (2011, n.p) chama de “sociometabolismo do capital”. Outros autores foram mais além, saindo de uma análise pela política e indo a uma análise mais radical ao retornarem à crítica da economia política, especialmente a uma crítica do valor presente em Marx, que constitui a crítica no fato do não rompimento com a forma-valor, ou seja, tais sociedades se mantiveram como sociedades produtoras de mercadorias e submetidas à forma de mediação social que ela reproduz pelo trabalho abstrato. Segundo Postone (2014, n.p), estas concepções políticas partem de uma perspectiva do trabalho como uma categoria trans-histórica, enquanto em Marx o que se tem é uma *crítica* da economia política, exatamente no objetivo de tirar este caráter trans-histórico das categorias metafísicas da economia política, enxergando a crítica não pelo ponto de vista do trabalho como universal e meramente expropriado pelo burguês, mas como uma crítica ao trabalho e sua especificidade histórica no capitalismo como forma de mediação social que constitui as classes. “De um lado, uma crítica do capitalismo do ponto de vista do trabalho e, de outro, uma crítica do trabalho no capitalismo” (Postone, 2014, p.20). Marx aponta que:

Também as categorias econômicas que consideramos anteriormente trazem consigo as marcas da história. Na existência do produto como mercadoria estão presentes determinadas condições históricas, e para se tornar mercadoria, o produto não pode ser produzido como meio imediato de subsistência para o próprio produtor. Se tivéssemos avançado em nossa investigação e posto a questão “sob que circunstâncias todos os produtos – ou apenas a maioria deles – assumem a forma da mercadoria?”, teríamos descoberto que isso só ocorre sobre a base de um modo de produção específico, o modo de produção capitalista. No entanto, tal investigação estaria distante da análise da mercadoria. A produção e a circulação de mercadorias podem ocorrer mesmo quando a maior parte dos produtos é destinada à satisfação das necessidades imediatas de seus próprios produtores, quando não é transformada em mercadoria e, portanto, quando o valor de troca ainda não dominou o processo de produção em toda sua extensão e profundidade. A apresentação do produto como mercadoria pressupõe uma divisão do trabalho tão desenvolvida na sociedade que a separação entre valor de uso e valor de troca, que tem início no escambo, já tem de

estar realizada. No entanto, tal grau de desenvolvimento é comum às mais diversas e historicamente variadas formações econômicas da sociedade (Marx, 2011b, p.289-290).²³

A forma social da mercadoria surge portanto como um tipo de relação social do ser humano com os objetos da sua produção social e o corpo social envolvido, podendo aparecer de maneira incipiente em diferentes sociedades, no entanto, seu desenvolvimento generalizado com se vê no capitalismo estaria ligado a uma série de desenrolos históricos as quais esta pressupõe, assim como ela mesma possui pressuposições virtualmente intrínsecas como condicionantes históricas. Uma destas, é sua contradição de crise inerente.

Compreendendo este movimento, a atenção retomada ao valor como núcleo central da reprodução social capitalista permitiu um diagnóstico profundo sobre a crise no capitalismo. A crise no capitalismo se constitui num limite absoluto de acumulação, o que quer dizer que o capitalismo passa a se basear cada vez mais numa forma de acumulação pela mais-valia relativa e menos pela mais-valia absoluta, ou seja, mais pelo desenvolvimento maquínico aumentando virtualmente a capacidade produtiva com trabalho morto (maquínico; automatizado) e menos pelo aumento de tempo de força de trabalho vivo (trabalho humano assalariado). Isto, entretanto, mesmo sendo um movimento da própria lógica de aumento de lucro do capital, aparece como uma contradição fundamental, uma vez que ao permitir uma diminuição dos custos de produção, aumento de mercadorias em circulação e fornecimento de mercadorias mais baratas; do outro lado, a mais-valia relativa cria a diminuição de postos de trabalho vivo e apropriação de outros capitais concorrentes, com menos valor gerado na produção sobre a mercadoria e uma massa dispersa cada vez maior de desempregados ou subempregados com menos poder de compra, dificultando a realização da própria mais-valia pelo momento da troca (Kurz, 2017, n.p). “Com o desenvolvimento das forças produtivas, o capital aumenta o grau de exploração, mas, com isso, ele mina o fundamento e o objeto da exploração, a produção de valor enquanto tal” (Kurz, 2017, p.51). Daí se tira a ideia de uma crise do valor de troca.

O que se segue é a forma-mercadoria em movimento antitético que coloca a sua própria existência em risco dentro da sua lógica de produção. Este capitalismo em negação constitui um movimento diferente de outros momentos históricos do capital, pois surge num contexto em que os limites de expansão e acumulação estão postos. Quanto mais o capital evolui; quanto mais desenvolve e precisa desenvolver as forças produtivas para continuar

²³ Tais aparições da mercadoria surgem em outras formas de organização pela venda de produções excedentes, por exemplo.

existindo aumentando virtualmente a força produtiva, mais ele tira de jogo o valor que é o seu próprio elemento constituidor social; substância da sua condição de existência. Tal situação de “crise final” a qual chega o capital, não causa, todavia, uma ideia de fim inevitável do capitalismo, como acusam alguns contrários à análise, mas cria uma condição autofágica degradante da vida humana e do planeta em prol da abstração sagrada e eterna do valor. É possível ver tal processo em curso nas plataformas digitais da indústria cultural do século XXI.

A indústria cultural no século XXI faz com que, de certa forma, o sistema capitalista “chegue a si mesmo”, ou melhor dizendo, a sociedade baseada na reprodução do valor para a acumulação de capital, ao atingir uma contradição interna e encerrar os seus limites expansivos externos, passa a ter as possibilidades de acumulação apenas dentro dos seus próprios pressupostos econômicos mas, igualmente, nos pressupostos simbólicos. O movimento que o capital faz para se manter existindo, com direção da forma dominante da mais-valia relativa, produz uma inversão nos polos de forças internas de reprodução social, e que bagunça as concepções estáticas e trans-históricas sobre trabalho, valor e cultura, e que não surtem efeito para entender e o que fazer neste cenário.

Marx (2011a, p.64-65) vai apontar um movimento mediador entre a produção e o consumo, além de como estas duas instâncias, apesar de serem separadas, são determinantes uma para a outra; uma em movimento de mediação à outra. Para ele, a produção era o que fabricava o objeto físico que serviria ao consumo, enquanto o consumo era a instância que garantiria a existência virtual de valores de uso, estes, dando ao objeto fabricado a sua camada perceptiva imagética, que lhe incute um sentido social válido para ser produzido e posto em troca no mercado. Por isso “sem produção, nenhum consumo; mas, também, sem consumo, nenhuma produção, pois nesse caso a produção seria inútil” (Marx, 2011a, p.64-65). Nesta linha, o consumo impulsiona a produção pois só aí o objeto fabricado se torna de fato produto, o que faz com que, “na medida em que o consumo cria a necessidade de nova produção, seja assim o fundamento ideal internamente impulsor da produção, que é o seu pressuposto” (Marx, 2011a, p.64-65). A produção do consumo surge como instância da “produção da produção”. Tal raciocínio levanta uma problemática sobre os valores de uso que se torna central no contexto das plataformas digitais, pois

se é claro que a produção oferece exteriormente o objeto do consumo, é igualmente claro que o consumo põe idealmente o objeto da produção como imagem interior, como necessidade, como impulso e como finalidade. Cria os objetos da produção em uma forma ainda subjetiva. Sem necessidade, nenhuma produção. Mas o consumo reproduz a necessidade. (Marx, 2011a, p.64-65).

A socialização pelo valor faz com que um olhar para a sua camada imagética, ou seja, a capacidade do valor como mediação social de gerar formas de percepção social, torne-se relevante neste tempo histórico. O que se tenta entender aqui, a partir dos autores articulados, é a criação dos valores de uso com relação direta a essa potência perceptiva criadora de necessidades reproduzida pelo consumo.

Se antes a indústria cultural atuava como um agente externo pelas mídias ao inserir imagens fabricadas às massas, a mediação digital permite que a indústria cultural do século XXI passe a atuar não apenas como meio (mídia), mas nos espaços em que outras mediações; espaços em que as condições de produção de sentido simbólico, logo, de valores de uso ainda em estado subjetivo a ser apropriado, acontecem. Com isso, surgem tecnologias de plataformização que cercam a atividade humana, seja por direitos de propriedade intelectual, algoritmos, captação de dados e publicidades baseadas em previsão e predição com a análise e o processamento dos dados.

Não se trata aqui de modo nenhum de uma libertação emancipatória da “criatividade”, mas sim de uma espécie de “privatização” neoliberal da produção em massa normalizada da indústria cultural numa escala nunca vista. Cada um ser a sua própria indústria cultural já não deve ser entendido apenas como metáfora irônica ou como definição cultural-simbólica, mas é para ser tomado à letra com todas as suas implicações (Kurz, 2010, n.p).

No capitalismo do século XXI, a massa trabalhadora começa lentamente a não exercer de forma direta a realização dos valores de uso, digamos, intrínsecos ao objeto da produção, relegada às máquinas na transformação da matéria, mas fornecem uma fonte de dados criadores e moduladores de uma base de, digamos, “valor de uso social” por meio da transformação de sua atividade geral em dados, que passam a dar a “imagem interior” (Marx, 2011, p.65) do corpo do objeto da produção.

A divisão entre trabalho material e um trabalho intelectual se torna ainda mais evidente. Por isso, quando Kurz (2010, n.p) afirma que a internet perde seu valor de uso pela natureza de produção de conteúdos e cultura capitalista sob uma monetização indireta, não pode ser pelo fato da internet não ter um valor de uso em si mesma à produção capitalista, visto que serve justamente à produção de valores de uso subjetivados, mas sim porque, ao fazer isso, gera uma contradição tão grande quanto a sua contradição na produção do valor, citada anteriormente, e este é um primeiro ponto crucial da análise aqui presente. “Se a ‘criatividade’ já consiste apenas no tipo e na combinação do consumo de mercadorias, então isso conduz a uma crise do valor de uso, porque já não há qualquer novo fornecimento de conteúdos” (Kurz, 2010, n.p). Quanto mais o capital cerca os espaços de mediação como forma de se apropriar dos valores gerados pelos sentidos, significações, símbolos e, inclusive,

rejeitos socialmente criados, mais ele cria limites; *cercamentos*, para que estes mesmos sentidos, significações, símbolos e rejeitos sejam criados, não restando nada além de si mesmo. O diagnóstico de Kurz, apesar das diferenças teóricas, converge bastante com o de Fisher sobre o que ele chama de “Realismo Capitalista”, que vem preenchendo vulgarmente o vocabulário crítico na década de 2020.

O poder do realismo capitalista deriva, em parte, da maneira pela qual ele resume e consome toda a história anterior. Trata-se de um efeito de seu ‘sistema de equivalência geral’, capaz de transformar todos os objetos da cultura - quer sejam iconografia religiosa, pornografia ou o capital de Karl Marx - em valor monetário. Ande pelo Museu Britânico, no qual se podem ver objetos tirados de seu lugar de origem e reunidos como se estivessem dispostos sobre o balcão de uma nave de O Predador, e você terá uma imagem poderosa do processo em curso. Na conversão de práticas e rituais em meros objetos estéticos, as crenças das culturas anteriores são objetivamente ironizadas, transformadas em artefatos. O realismo capitalista não é, portanto, um tipo particular de realismo; é o realismo em si” (Fisher, 2020, p.12)

O capitalismo se torna um *remix*; uma paródia, de si mesmo, em um realismo capitalista adoeecedor, que a exemplo da magia de ilusão de criar comida nos livros do Ciclo Terramar, de Ursula K. Le Guin²⁴, sacia mas não nutre, apenas engana a fome, alimentando a sua própria maldição. “Morrer de fome no meio da abundância – é essa, de fato, a situação a que o capitalismo nos conduz” (Jappe, 2021, p.13). Passa-se a vislumbrar a outra ponta do colapso.

2.2 O sonho dos reis: o valor transforma o mundo em ouro

Mesmo em Marx (2011b, p.568-591-597-655), tem-se uma noção de que a maquinaria ora desloca e ora substitui virtualmente o trabalho humano imediato. A força de trabalho ou capacidade de trabalho (ou seja, o trabalho ainda não em ato), que se constitui nas capacidades físicas e mentais que o ser humano movimenta para a produção de valores de uso (Marx, 2011b, 287), se divide cada vez mais em direção a um trabalho físico virtualizado pela automação (trabalho material) e um trabalho mental humano (trabalho intelectual)²⁵, ambos mediados pelas máquinas, tanto no movimento de determinação do consumo sobre a produção, assim como na relação oposta, da produção sobre o consumo, que se contrai pelas possibilidades de circulação. “Se o dinheiro deve transformar-se em capital, todos os poros do tempo (e do espaço) devem ser ocupados por atividades do trabalho produtor de valor”

²⁴ Autora que viveu de 1929 a 2018, se tornou um dos maiores nomes e importante referência na fantasia e na ficção científica a partir dos anos 1960 por obras como “O feiticeiro de Terramar” e outros livros da série “Ciclo Terramar”, além de livros como “A mão esquerda da escuridão”, “Floresta é nome do mundo” e “Os Despossuídos”. Ursula era anarquista e a crítica ao capitalismo e a busca por outras formas de organizar a vida social ornaram suas obras com um teor radical único.

²⁵ Ambos os tipos ainda transpassados por um duplo caráter do trabalho, próprio do capitalismo, trabalho concreto e trabalho abstrato.

(Ferrari, 2005, p.96). Por isso Kurz evoca uma chamada “dessubstancialização” do capital que “através da redução desproporcional da força de trabalho regular, a única capaz de produzir valor, criou aquela famigerada economia global de bolhas financeiras em que o capital passou da acumulação real para uma acumulação meramente simulativa” (Kurz, 2010, n.p). Mas se no topo da crise se tem essa dessubstancialização do capital, é porque logo abaixo, na consumação de sua objetividade em uma instância meramente virtualizada e simulativa, tem-se um processo de *transubstanciação* da atividade humana como produção subjetiva. Tem-se aqui um segundo ponto de grande importância desta parte que se tentará clarear a seguir.

O capital realiza o sonho dos reis. Assim como o Rei Midas, do conto mitológico grego, o capital faz o desejo para que tudo o que venha a tocar se transforme em ouro, desta forma, na ponta consumidora da crise, todo valor de uso ainda subjetivo produzido nos ambientes cercados de mediação são transformados em mercadorias passíveis de produção, toda matéria é transubstanciada em ouro, não literalmente, é claro, mas virtualmente, pelo processo de atualização, que produz o sentido que engendra a imagem interior, a instância simbólica social, o valor de uso social da necessidade de fabricação e consumo de determinado produto. A transubstanciação é a transformação da atividade geral humana em riqueza abstrata para o capital. A transubstanciação dos valores de uso subjetivados como objetivo principal do capitalismo de plataforma é a sua maldição incontestada e a dessubstancialização do capital é o seu destino de morte por inanição.

As fundações da base extrativista do capitalismo produziram ao mesmo tempo uma dimensão simbólica, que a partir da criação do “Outro” com a imagem da América colonizada, criou-se, da mesma forma, a imagem da identidade europeia. “A primeira identidade geocultural moderna e mundial foi a América. A Europa foi a segunda e foi constituída como consequência da América, não o inverso” (Quijano, 2005, p.118). Se o capitalismo fundou pela sua própria relação de trabalho suas categorias de diferenciação, fazendo com que raça tenha se convertido “no primeiro critério fundamental para a distribuição da população mundial nos níveis, lugares e papéis na estrutura de poder da nova sociedade” (Quijano, 2005, p.118), é porque define, por meio da divisão de trabalho material e trabalho intelectual aqueles que são válidos para cumprir a criação do que foi chamado de “valores de uso intrínseco”, da transformação da matéria (trabalho físico), e um lugar de criação de categorias e conceitos, espaço de fabricação das imagens que se tornam a base simbólica de interpretação da realidade por “valores de uso social” (trabalho intelectual), falando de uma dimensão imagética, culminando numa determinada forma ideológica,

alienada, fetichista no centro da cisão valor de uso/valor. Com a crise do valor de troca, é por meio destes pressupostos de identidade criados que o modo de produção capitalista vai pautar a sua reprodução, no contexto do digital, por meio da formação de nichos de mercado, que causa uma certa inversão na própria lógica da publicidade, não se valendo mais pelo universal separado do “Outro”, mas pelo próprio “Outro” como pressuposto real. Este movimento estético cumpre a função de criar os valores de uso que retornarão à produção a partir de seus pressupostos imagéticos; semióticos; simbólicos.

A confluência destas teses se daria na seguinte síntese sociológica: além de ser dependente de outras formas de reprodução social para a sua própria existência desde sua origem de acumulação, o capital parece fundar uma nova forma, que ao mesmo tempo que o reproduz na tentativa de conter a expansão decrescente presente na crise do valor de troca, gera sua própria contradição para a reprodução, causando uma crise do valor de uso. Esta nova forma de reprodução social aparece como geração imediata de valores de uso, entretanto, um valor de uso cindido entre valor de uso “intrínseco” e “social”. A publicidade que antes servia à venda de produtos acabados; já prontos, ou seja, servindo ao campo do consumo, passa a se confundir com todas as etapas anteriores da realização da mais-valia, produção/circulação, por meio da dataficação da vida cotidiana que, quando processados os dados e pela geração de informações, efetivam ainda mais estes processos.

Se antes a publicidade tinha como principal função a mediação de um produto para um consumidor, agora faz a mesma mediação inversa, mediando um consumidor para um produto, tendo aí a sua principal função atual. Esta simples troca de lado do campo da reprodução social não muda o jogo, mas certamente aponta para uma nova etapa. Por isso a publicidade engendra uma série de variações de si mesma em cada uma destas etapas, fazendo as duas funções já citadas (condizentes com o servir ao consumo e à produção), mas também servindo como circulação, com empresas que fazem a mediação entre indústria e varejista, por exemplo, com fornecimento de dados dessa troca, como projeções de ganho, dados de clientes consumidores e varejistas, asseguramento de pagamentos à indústria, enfim. Funda aí uma série de empresas de análise, gestão e captação de dados ligadas à especulação financeira. Ao fazer o movimento contrário com a dataficação, a publicidade expõe à luz do sol o vampiro da expropriação dos valores de uso, e que, à noite, sugava invisivelmente o sangue de suas vítimas sob a ilusão da liberdade da democracia liberal. Sequer existe a liberdade democrática entre os capitalistas agindo pelos seus livre-arbítrios, graças à ordem da exatidão dos dados extraídos das gaiolas de hamster sociodigitais e das chamadas e glorificadas cidades inteligentes.

Apesar do pólo negativo que movimenta esta economia de dados, a contradição consiste em que, este processo age pela primazia dos valores de uso que são produzidos socialmente, virtualmente, digitalmente; coloca em primeira instância, de fato, a necessidade social, não mais presente na forma propriamente da necessidade, mas do desejo, apesar de determiná-la e cercá-la com fim na compra e venda de mercadorias. Por isso se reafirma o que foi dito no parágrafo anterior: o capital parece fundar uma nova forma de reprodução interna, que ao mesmo tempo que o reproduz na tentativa de conter a expansão decrescente presente na crise do valor de troca, gera sua própria contradição para a reprodução, causando uma crise do valor de uso. O capital devora a si mesmo.

É interessante observar o apontamento de Kurz tanto para uma crise do valor de troca quanto para uma crise do valor de uso a partir dos fenômenos sociais aqui expostos, que combinam os dois diagnósticos numa mesma conjuntura relacionada. Esta crise do valor de uso se caracteriza, portanto, pelo fato de que: quanto mais o capitalismo passa a agir pela mais-valia relativa, mais entra em contradição numa crise do valor de troca e precisa utilizar seu desenvolvimento tecnológico, pelo digital, como forma de integração social para a apropriação da subjetivação da atividade geral humana socialmente criada nos espaços controlados por plataformas e algoritmos, fazendo com que o digital avance como uma forma de mediação totalizante pelo valor que, ao servir para este fim, cria uma segunda contradição, agora sobre o próprio valor de uso ainda como imagem subjetiva, que quanto mais cercado, mais controlado, com a finalidade da produção de dados, mais limita a própria produção de valores de uso ainda subjetivos a se objetivarem na produção, com isso *seus pressupostos tornam-se autorreferenciais*. Por isso é possível ver nos autores citados, de Quijano (2005) a Scholz (1996), como o valor sempre precisou de um polo negativo particular para se afirmar como universal. Se o valor surge como uma forma de mediação social que parasita outras formas de mediação históricas, ao se tornar total na sociedade, o valor passa a agir numa ordem autofágica. Para além da camada visível da crise do valor de troca, da substituição de trabalho vivo por trabalho morto, como citado anteriormente, está também a condição de que:

O roubo de tempo de trabalho alheio, sobre o qual a riqueza atual se baseia, aparece como fundamento miserável em comparação com esse novo fundamento desenvolvido, criado por meio da própria grande indústria. Tão logo o trabalho na sua forma imediata deixa de ser a grande fonte da riqueza, o tempo de trabalho deixa, e tem de deixar, de ser a sua medida e, em consequência, o valor de troca deixa de ser [a medida] do valor de uso. O trabalho excedente da massa deixa de ser condição para o desenvolvimento da riqueza geral, assim como o não trabalho dos poucos deixa de ser condição do desenvolvimento das forças gerais do cérebro humano. Com isso, desmorona a produção baseada no valor de troca, e o próprio processo de produção material imediato é despido da forma da precariedade e contradição. [Dá-se] o livre desenvolvimento das individualidades e, em consequência, a redução do tempo de trabalho necessário não para pôr trabalho

excedente, mas para a redução do trabalho necessário da sociedade como um todo a um mínimo, que corresponde então à formação artística, científica etc. dos indivíduos por meio do tempo liberado e dos meios criados para todos eles. (Marx, 2011a, p.942).

Existe uma dessubstancialização da forma da riqueza. Como argumenta Postone (2014), cabendo aí, uma “inadequação do valor” para as relações sociais e a produção de riqueza geral. Tal processo não faz o capitalismo cair automaticamente, mas explicaria as crises institucionais e de representação. Faz do valor não mais uma dominação invisível, mas por mais que não se entenda, enxerga-se a dominação como uma entidade cósmica lovecraftiana que paira sobre a cidade, gerando assombro, consternação, loucura... A *transubstanciação* que transforma tudo em ouro, em riqueza abstrata do valor, num nível ainda pré-produtivo, ao mesmo tempo que incute ao capitalismo poder nunca antes visto na produção de riqueza material, impele a ele uma terrível maldição.

2.3 A maldição do toque de ouro: a abstração do valor de uso pela plataformização

A acumulação de capital constitui uma das essências do capitalismo que se arrasta desde seu processo de formação até etapas posteriores de desenvolvimento, consistindo na separação do trabalhador dos meios de produção de seu trabalho (Marx, 2013, p.900). Como aponta Marx, “a acumulação do capital pressupõe o mais-valor, o mais-valor, a produção capitalista, e esta, por sua vez, a existência de massas relativamente grandes de capital e de força de trabalho nas mãos de produtores de mercadorias” (Marx, 2013, 896), a partir disso, pode-se tentar entender como as tecnologias digitais atuam nesse contexto contemporâneo, seus fenômenos e contradições dentro desse processo. Como aponta Dantas (et al, 2022, p.14)

se a acumulação primitiva de capital nos séculos XVII e XVIII teve como marco o cercamento de terras, um novo tipo de cercamento expandiu-se a partir de meados do século XX: o cercamento dos territórios da mente, da cognição, do conhecimento, da cultura. David Harvey chama esse processo – permanente na história do capitalismo – de “acumulação por espoliação” ou “acumulação por despossessão”: trata-se de sistemáticos movimentos do capital para expandir o alcance da propriedade privada em direção a novos espaços antes, ou até então, tidos como socialmente comuns. Na acumulação primitiva clássica, o processo de despossessão da população trabalhadora visava à terra que, até os séculos XVII e XVIII, na Inglaterra e em outros lugares, era propriedade comum de quem nela trabalhasse. No capitalismo contemporâneo, toda a sociedade está sendo espoliada de recursos e riquezas extraídos da ciência e da tecnologia, dos patrimônios culturais nacionais, dos direitos públicos e sociais, até mesmo de material genético e da reprodução biológica, por força dos direitos de propriedade intelectual.

Portanto, para Dantas, assim como a renda da terra, o que se apresenta a partir da indústria cultural e do desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação é

um cercamento da *informação* por meio das leis de direito de propriedade intelectual (DPIs) e por um arrendamento dessa informação²⁶. Dantas observa o fenômeno de avanço do sistema capitalista sobre a informação pelo mesmo filtro que Marx encarava, em sua época, essa relação objetivada por meio da exploração da terra com a mineração do ouro, que representava o lastro do dinheiro, ainda, como era vista a relação de mercado envolvendo os capitalistas ligados ao transporte ou a comunicação.

No processo capitalista de acumulação podem existir, conforme Marx, ciclos nos quais o processo de trabalho e de produção de valor resulta diretamente em mais-dinheiro. [...] Um desses ciclos é o das comunicações, ou produção e transporte de informação, muito pouco desenvolvidas, logo pouco importantes, à época de Marx, mas determinantes hoje em dia para o processo de produção e acumulação de valor. Nas comunicações e para as comunicações, o capital expandiu uma pletora de negócios visando estreitar os tempos de realização do investimento por meio da produção de estímulos ao consumo e, mesmo, de toda uma sociedade movida pelo espetáculo e pelo fetiche da mercadoria. (Dantas, et al, 2022, p.65)

Tal movimento de se “tirar valor diretamente da terra ou da informação”, como dinheiro que gera mais dinheiro, postula-se, esconde um movimento mais profundo do capital e da condição da riqueza geral, se tomada de forma crítica a sua socialização. É sobre essa interação, das necessidades de consumo que determinam a produção fazendo recomeçar todo o processo, que as tecnologias da informação e da comunicação ancoram a sua importância na organização atual do modo de produção capitalista, permitindo a esse sistema ainda manter o seu processo de exploração do trabalho, ainda que num cenário de crise do valor. Sua camada discursiva ideológica produz necessidades produtivas – sem alterar o fundamento exploratório do capitalismo –, mas direcionam fluxos de determinados tipos de mercadoria a determinados tipos de público e determinados tipos de demandas, todos artificialmente planejados.

Ferrari (2005) destaca a relação das cidades que passam a se tecnologizar integrando um sistema de fabricalização, ou seja, a produção passa a não se limitar mais às barreiras físicas da fábrica, mas se virtualiza pela cidade. Desta forma, as próprias cidades como um todo passam a integrar um sistema de circulação de mercadorias e de instâncias diferentes da produção como esteiras rolantes de uma grande fábrica virtualizada, mediada por modulações de dados algorítmicos tanto de processos produtivos quanto de consumidores de mercadorias

²⁶Dantas, tendo como base as teorias das ciências naturais, usa da definição de informação como “alguma modulação de energia que provoca algo diferente em um sistema ou ambiente qualquer e produz, nesse sistema ou ambiente, algum tipo de ação orientada, se nele existirem agentes capazes e interessados em captar e processar os sentidos e significados daquela modulação. A informação, assim, não está no objeto, nem no agente. Ela se encontra na interação, na relação estabelecida, por meio de fenômenos físico-químicos, entre i) agentes movidos por suas finalidades e ii) as formas por eles destacadas no ambiente da ação durante o tempo da ação”. (Dantas, et al, 2022, p.17).

em potencial, gerados pelo registro massivo da atividade humana na forma de dados. As “cidades inteligentes” servem às coisas, não aos cidadãos.

O trabalho produtor de valor torna-se, contraditoriamente, mais cooperativo e mais fragmentado ao diversificar e diferenciar atividades de trabalhadores – aparentemente isolados – ou setores produtivos cujos produtos ou serviços são terceirizados, quarteirizados etc. pelos conglomerados que se concentram no principal foco gerador de mais-valor (Ferrari, 2005, p.23).

Até mesmo Deleuze (1992), em um de seus últimos escritos, destaca a mudança de uma sociedade disciplinar²⁷, formada por espaços regradados, de imposição de ordem e de conservação de certa forma de reprodução social que produzia um sentido do real e do normal (a exemplo das fábricas, das escolas, dos hospitais), para uma sociedade de controle, cuja a relação de espaços de sociabilidade; de mediações sociais, passam a se dar por trocas aparentemente livres (como a internet, as empresas, os shoppings), circuitos abertos, produção e consumo livre de informação, mas claro, sempre nos parquinhos cercados; no *sandbox*²⁸ onde a jogabilidade ainda é aplicada, sem o risco de se encontrar uma frustrante parede invisível cuja sociabilidade não pode ocorrer, mas atuando com um horizonte gerado proceduralmente²⁹. “Os confinamentos são moldes, distintas moldagens, mas os controles são uma modulação, como uma moldagem auto-deformante que mudasse continuamente, a cada instante, ou como uma peneira cuja as malhas mudassem de um ponto a outro” (Deleuze, 1992, n.p). As fábricas dão lugar às empresas sob a lógica de que agora o que o capital quer vender “são serviços, e o que quer comprar são ações. Já não é um capitalismo dirigido para a produção, mas para o produto, isto é, para a venda ou para o mercado” (Deleuze, 1992, n.p), a exemplo da publicidade preditiva por análise de dados retirados e modulados à potenciais consumidores. Estes cenários não são excludentes, mas coexistem na realidade do capitalismo do século XXI, gerando uma contradição entre uma “força social de conservação disciplinar” e uma “força social de controle moduladora”, se assim podemos dizer.

Nesta tessitura, entretanto, é preciso ver tudo o que foi tratado até aqui neste capítulo com certo cuidado, pois é possível enxergar o fenômeno de duas maneiras distintas tendo as mesmas elucidações propostas. A questão a seguir, assim, se complexifica um pouco, por isso é preciso atenção com definições e percepções apressadas sobre o tema. Tome-se, por

²⁷ Conceito de Foucault.

²⁸ Gênero de jogo digital que se caracteriza pela liberdade oferecida ao jogador num ambiente programado, podendo ou não ter algum objetivo pré-determinado, mas garantindo que os jogadores criem seus próprios objetivos internamente em interação com o próprio jogo.

²⁹ A geração procedural nos jogos serve como uma criação de dados por algoritmos a fim de criar aleatoriedade dentro dos jogos. Exemplos práticos são jogos em que os espólios de itens gerados para um jogador são feitos aleatoriamente, ou então jogos como “*Minecraft*” ou “*No Mans Sky*” em que o próprio cenário do jogo é gerado de forma procedural; aleatória, expandido o conteúdo ao passo que o jogador explora os limites do mapa do jogo.

exemplo, a discussão sobre “trabalho por plataformas digitais”, já exposta na problemática da pesquisa na exposição da primeira parte e que se tornou quase que um subcampo separado. Já em seu sentido mais geral, sem a distinção das interpretações sobre a atividade do usuário, a abordagem mais primordial sobre o “trabalho” já infere um tipo de interpretação sobre a problemática das plataformas. Vejamos.

Por um lado, se o trabalho for visto como um fenômeno trans-histórico a partir da forma em que se apresenta no capitalismo, ou seja, constituindo valor propriamente, sendo o problema central a distribuição da mais-valia, na “extração” dos dados e exploração de um trabalho digital, as plataformas se torna um fenômeno ainda mais nebuloso. Sua aparência mostra uma gama de “trabalhos” informacionais aparentemente inúteis (não-produtivos; não-valor) à própria reprodução de mercadorias ou serviria apenas como um espaço de “sociabilidade livre”. As plataformas digitais seriam um fenômeno à parte da própria lógica do trabalho historicamente capitalista, mas serviria ao capital que, tal qual um predador, iria atrás de suas presas em campo aberto, o que constituiria a atividade digital como, teoricamente, “trabalhos não-alienados” (como o *blogger*, os trabalhadores de entrega, o *youtuber*, o *influencer*, os *social media* e as agências de *marketing*, o próprio usuário das redes, como interpreta alguns, e tantos outros trabalhos informais/informacionais). O capitalismo aqui apenas condenaria, como um mal externo à própria socialização, os usuários à uma ideia abstrata de exploração e controle. Constituiriam uma atuação a fim de obter, à força, aquilo que as pessoas produziram de dados a partir de suas interações teoricamente “livres”, constituindo um problema distributivo de dominação direta sobre a subjetividade.

Entretanto, diferente da terra que infere um valor de uso intrínseco em si mesma, a informação não constitui por si só valor de uso a fim de transformação material à criação de um produto em mercadoria voltado para a troca (mesmo em mercadorias semióticas), mas sua natureza impele a um valor de uso que se constitui apenas em um determinado contexto social, pois não necessita apenas de uma ordem de fabricação imagética, mas também determina-se pela percepção que a incorpora ao real. *As plataformas digitais surgem como mediadoras a essa peculiaridade imagética do valor de uso da mercadoria, que não pode ser entendida como condição naturalmente dada, mas pela sua determinação imagética pela forma-valor.* É preciso investigar a condição da necessidade social, do próprio consumo não como instância trans-histórica, mas como movimento que se especifica também no capitalismo.

Desta forma, do outro lado, se olharmos o trabalho como uma categoria intrínseca do modo de produção capitalista, as plataformas digitais mostram seus dentes e a forma de

trabalho que passa a constituir-las ganha um pouco mais de clareza, uma vez que o que passa a ser cercado não são as informações livremente produzidas por esses “trabalhos”, mas o que se cerca são as mediações, ou seja, o espaço de encontro da relação fabricação/percepção imagética que produz as informações, numa lógica de produção, mas não de um produto social ontológico transcendental, mas de uma produção imanente à socialização capitalista, despossuindo um tipo de valor de uso produzido que só faz sentido no espaço mediador cercado o qual integra. Apesar de tal visão problematizar com a lógica de Dantas³⁰ da relação com a terra, mesmo com suas semelhanças práticas pelo arrendamento, diríamos aqui que ela na verdade, em certo ponto, a complementa. Entretanto, o problema deste tipo de valor de uso social que surge nestes meios complica o debate, cuja a especificidade se apresenta de modo em que, segundo Dantas:

para o capital financeiro, o espetáculo tornou-se o modo de existência do trabalho informacional semiótico, posto como sua fonte-limite de geração e extração do valor. O trabalho ainda é fonte e substância do valor. *Um valor esvaziado, porém, de valor de troca.* O valor da informação realiza-se em seu compartilhamento, na interação, na comunicação: e os ideólogos desse novo capitalismo não se cansam de cantar loas a essa ‘economia do compartilhamento’. (Dantas, et al, 2022, p.94, grifo nosso)

Com os debates trazidos até aqui e com a contribuição trazida, vale-se por dizer que *esta forma de “trabalho”³¹ (na verdade, a atividade humana geral e o consumo) se constitui num “valor” esvaziado de “valor de troca” na medida em que ele se constitui na produção de valores de uso ainda subjetivados*, anterior, um valor de uso não intrínseco à matéria, mas em sua imagem interna, socialmente constituída, que se introduz (ou não) objetivamente na matéria da produção. O valor da informação aqui seria, na verdade, um “valor de uso social”, e “social” pois sua existência não está intrínseca a um objeto mas se apresenta como imagem abstrata de uma relação social cristalizada em forma de informação registrada e processada como dado. Constitui socialmente a matéria!

³⁰ Dantas (et al, 2022, p.65) chega a afirmar que nos “ciclos nos quais o processo de trabalho e de produção de valor resulta diretamente em mais-dinheiro (ΔD)”, não há a necessidade de uma forma-mercadoria, porém, aqui, vemos que não há a necessidade de uma mercadoria física produzida, entretanto, parte-se daqui que os próprios “ciclos nos quais o processo de trabalho e de produção de valor resulta diretamente em mais-dinheiro (ΔD)” se constituem na dimensão do consumo resultante da forma-mercadoria como mediação social previamente existente.

³¹ Ressalto que não sigo por essa linha afirmativamente, mas a atividade humana datafificada do usuário das plataformas poderia ser entendida no sentido geral como “trabalho”, a partir do momento em que faz parte de um dos ciclos de acumulação do capital, o que não seria correto nos termos do próprio capitalismo como geração de mais-valia. Tal movimento complexo, entretanto, explicaria tal confusão de alguns autores. Torna-se em sentido geral “trabalho”, como demonstra o próprio Dantas, quando os dados são processados por trabalhadores de análise e processamento que fazem desta atividade geral humana uma fonte de valorização para o mercado financeiro ou para a indústria cultural e a publicidade. O trabalho, de fato, está na atividade maquinica e no trabalhador da indústria de dados. A especificidade da necessidade social e do consumo será melhor analisada na próxima parte chamada “A morte em vida da imagem”.

Eis aí a maldição do toque de ouro. Entretanto, neste ponto, Midas ainda não se deu conta de sua maldição, mas apenas se vislumbra com a riqueza que é capaz de criar em tela com a ponta dos dedos. Aqui, só o que se torna aparente é a superação da crise do valor de troca pela magia de ilusão do consumo que, por debaixo dos panos, não nutre o corpo do capital, mas serve a uma acumulação simulativa pela especulação financeira. Tal “valor de uso social” aparece como forma abstrata de uma cisão no valor de uso pois não pode se realizar como valor por conta própria, já que carece de fundamento real de produção para ser forma-relativa da troca e nem como equivalente³², pois esta já está universalizada na forma do dinheiro. Sua única possibilidade de uso é entrar no ciclo social especulativo da financeirização e/ou do espetáculo e da publicidade para fomentar mais subjetivação, se assim podemos dizer. Tal processo, se essa análise estiver correta, serviria, se redirecionada, como um buraco negro para a produção de valor, que colapsa sob a própria densidade de sua massa. Por isso se diz, em analogia, que Midas bebeu um gole de vinho que lhe desceu pela garganta como ouro líquido.

2.4 Mídia e mediação: o caráter híbrido das plataformas na relação com as imagens

Quanto mais uma coisa é tudo, mais ela é nada. Esta lógica spinoziana de “deus” se converte cada vez mais na lógica do “deus-trabalho” na sociedade moderna da mercadoria.

O crescimento do dinheiro e do valor só é possível por meio do crescimento do *trabalho* executado. Por conseguinte, a sociedade mercantil moderna é forçosamente uma sociedade do trabalho. Foi ela, de resto, que inventou o conceito de “trabalho”, desconhecido das sociedades anteriores, como um termo que engloba as mais diversas atividades. Construir uma mesa ou tocar piano, tomar conta do bebê dos vizinhos ou atirar com uma arma em seres humanos, ceifar trigo ou celebrar um rito religioso: essas atividades são totalmente diferentes umas das outras, e em uma sociedade pré-moderna ninguém teria tido a ideia de as subsumir sob um único conceito. Mas na sociedade do trabalho suas particularidades são negligenciadas, ou mesmo anuladas, levando-se em conta unicamente o dispêndio de força de trabalho quantitativamente determinado. (Jappe, 2021, p.26, grifo do autor)

A transubstanciação de todas as coisas à forma-mercadoria e ao trabalho se converte no modo de atuação da indústria cultural do século XXI. Se Kurz afirma que cada um ser sua própria indústria cultural não é mais mera analogia (Kurz, 2010, n.p), isto pode ser observado pela lógica de uso das plataformas digitais. *Netflix, Amazon, Google, Facebook, YouTube, Instagram, Tik Tok*, surgem como exemplos de plataformas que, diferente dos antigos meios de comunicação, como a TV, o rádio, o livro, o cinema, não agem pela fabricação de

³² Apesar de vermos se transformar em equivalente de troca na figura de moedas digitais e NFTs, mas cuja operação sempre deságua no capital fictício da acumulação simulativa da financeirização. Não tratarei da complexidade de tal fenômeno aqui, visto a limitação do objeto, mas sua abrangência precisava ser evidenciada.

imagens³³ a serem consumidas, mas servem como mediadoras para a fabricação de imagens pelos próprios usuários, assim como ambiente de interação, consequentemente, de percepção de imagens para a atribuição de sentidos, que são registrados, processados e analisados na transformação em dados. As plataformas digitais não agem, como faz os meios de comunicação tradicionais, pela relação do objeto-meio (dispositivo) e a linguagem, em conjunto, de encontro à percepção do indivíduo, influenciado por diferentes mediações que compõem um ato de representação, mas se encontra na relação da linguagem, que é fabricada e percebida pelos próprios usuários a partir de um “objeto-vazio” integrado (o *smartphone* ou o *computador*³⁴, por exemplo), e a representação internamente criada por estes usuários, que constitui um ato que compõe uma representação; um duplo do real pela interação dos próprios usuários num determinado ambiente controlado. Em outras palavras, os indivíduos compõem agora suas próprias narrativas, entretanto, narrativas condicionadas pelo ambiente cibernético mediador. “Imersão celular, corpuscular: entramos na substância fluida da imagem para, eventualmente, modificá-la” (Baudrillard, 2011, p.130). O digital compõe aqui, de fato, uma mediação social de tudo. Por isso se afirma que a peculiaridade da indústria cultural no século XXI é sua atuação como meio (pois seu caráter original não se perde), que permite novas possibilidades sob demanda a cada consumidor, mas principalmente pelo seu caráter de mediação, que justamente condiciona e modula seu próprio caráter original e configura a razão de existir da tecnologia digital.

“Mídia” parece ser um caráter que estas tecnologias e empresas podem ou não ter³⁵, o que não explica a condição da tecnologia digital plataformizada em sua especificidade histórica. Por mais que se possa criar distinções importantes do processo todo como produção/distribuição/exibição de conteúdos, fornecendo uma chave metodológica de leitura, elas não se explicam por si mesmas. Corre-se o mesmo risco que se tem ao interpretar as relações capitalistas pelo ponto de vista trans-histórico da produção/circulação/consumo, de forma transcendente, podendo cair numa problemática apenas distributiva, sem olhar o caráter mediador da própria constituição das categorias de sociabilidade. Como se o problema central do capitalismo de plataforma fosse a mera expropriação dos dados das pessoas e não, na verdade, sua produção pelos processos de cercamento das mediações sociais pela

³³ Trata-se de “imagem” aqui num sentido mais amplo da percepção, por isso pode-se aplicar esta lógica ao rádio e ao livro.

³⁴ “O computador é uma máquina de decodificação instantânea e generalizada” (Deleuze; Guattari, 2010, p.320).

³⁵ O que é evidente em empresas de tecnologias digitais análogas que se voltam para mediar sobre outros setores que não semióticos, que Srnicek (2017) chama de “plataformas enxutas” como a Uber e o Airbnb, mas também como nas milhares de agências de publicidade e de armazenamento e análise de dados, no Srnicek (2017) chama de “plataformas de nuvem”, de “publicidade” ou “industriais”.

forma-mercadoria. Com isso, pode-se concordar com tranquilidade com a conclusão de Napoli e Caplan sobre este duplo:

talvez seja hora de delinear mais rigorosamente os contornos e parâmetros da empresa híbrida de tecnologia/mídia contemporânea, e começar a articular se e como essas empresas devem caber em enquadramentos legais, regulatórios e jornalísticos existentes; ou se devem ser concebidos novos ou modificados enquadramentos que reflitam sua natureza híbrida (Napoli; Caplan, 2018, p.157).

Seguindo a última afirmativa, o termo “plataformas digitais de mediação e mídia”, contribuiria melhor para a diferenciação do fenômeno, tendo como fator fundamental de diferenciação, a relação imagética intrínseca à tecnologia no seu uso socialmente determinado. Como aponta D’Andrea (2020, p.17), “na contemporaneidade, os modos de se estabelecer vínculos na web não podem ser vistos fora de uma lógica de sociabilidade programada proposta pelas plataformas”. O que se coloca aqui, retornando à argumentação que iniciou a discussão, é que as plataformas não são mídias ou deixam de ser por definições de produção, distribuição ou exibição de conteúdos, como muitas vezes este debate se estende, mas sim pela própria dimensão em que atuam, que se distingue do que antes era classificado como mídia, o que permite, inclusive, a absorção dessas mídias tradicionais em um formato digital integrado.

Só se pode entender as plataformas digitais a partir da sua constituição histórica específica, que fornece a própria razão de ser da tecnologia. Produção/distribuição/exibição não são pontos de vista naturais e neutros os quais se pode enxergar o fenômeno, mas lógicas imanentes à forma social que constitui essas tecnologias. “O padrão das mediações online hoje são as arquiteturas privadas, opacas e distribuídas das plataformas, que borram os limites entre o que é público e o que é privado, ou entre o que é de interesse comum e o que é, acima de tudo, um negócio muito lucrativo”. (D’Andrea, 2020, p.22) A ordem semiótica de fabricação e a percepção imagética, a qual falamos desde o começo, existe sob uma configuração própria e histórica a partir de relações mais basilares com o movimento da matéria que é anterior a ela, a saber, a socialização pelo valor.

Esta especificidade histórica da indústria cultural do século XXI que é e *precisa* ser mediada pelas plataformas digitais para atingir seu objetivo de valorização dessubstancializada do capital – principalmente num capital fictício³⁶ –, passa a constituir a própria tecnologia que lhe dá vida. Kurz (2010, n.p), indica que “o espaço virtual da Internet não se limita a espelhar em sentido simbólico-cultural o capital fictício já sem cobertura de

³⁶ Grandes empresas como a Uber, Amazon, Nubank, aumentam seu valor no mercado, custando bilhões em ações, sem nunca apresentarem nenhum lucro ligado à acumulação real, mas apenas em aumento virtual de seus valores no jogo especulativo.

qualquer valorização real, mas pertence também diretamente a esse império econômico espiritual". Não existe objetivamente a tecnologia digital neutra e livre para ser apropriada em formas de resistência, pois aí se corre o risco de apenas travar uma briga concorrencial contra as grandes empresas pelas dinâmicas que dão razão de existir a essa tecnologia, produzindo uma resistência que está dentro das regras do jogo da mercadoria e a favor delas, colocando em questão suas formas distributivas, mas nunca suas potências categoriais correlatas. Por isso, Kurz (2010, n.p, grifo nosso). conclui que “a indústria cultural desenvolvida está sob o signo de um limite objetivo amadurecido do capital mundial. *A própria Internet é toda ela parte integrante de uma tecnologia de crise da terceira revolução industrial, cujos potenciais de valorização conduzem ao esvaziamento da substância do valor*”.

As plataformas digitais se mostram intrínsecas à lógica do valor e o valor é sua constituinte em essência ao movimentar as mercadorias-signo como se fossem imagens como vida própria em relação às pessoas que as criaram. Sua potência maquínica a uma nova forma de socialização, como sonhava o idealismo democrático tecnológico do começo do século, só existe virtualmente, bloqueada pela própria forma social que lhe constitui. As plataformas digitais são um produto do capitalismo em crise do valor de troca, que em busca de uma solução interna, cria uma crise do valor de uso, num imperativo autofágico. As plataformas digitais são a mediação, são a magia que permite Midas transubstanciar a vazia matéria em ouro. A atividade humana geral mediada por plataformas digitais é o poder totalizador que permite a transubstanciação a favor da riqueza abstrata do valor.

3 A maldição inconteste

“Uma nova forma de produção não poderia manter a antiga forma de consumo, como não poderia acomodar-se às antigas formas de organização política”.

(Kropotkin, 2011, p.32)

Esta pesquisa propôs explorar as plataformas digitais e a produção de dados como um tema bastante contemporâneo, que na mesma medida que impõe desafios, os faz sobre uma centralidade brutal sobre as relações sociais. Este tema acaba sendo ignorado em muitas pesquisas, quando muito instrumentalizada, tratada a partir de fenômenos específicos para compreender, no campo da comunicação, conteúdos X ou Y e suas formas de recepção; nas ciências sociais, na exploração focalizada e descritiva de grupo A ou B a partir de uma pré-determinação conceitual. O que pretendi fazer ao longo desta dissertação foi explorar as fontes da socialização que compõem o tema. Nas provocações que iniciaram a estruturação da pesquisa, passei por certas tentações conteudistas ou fenomenológicas, todavia, o desenvolvimento teórico me mostrava que quanto mais eu tentava compreender certos meandros, menos sentido fazia reduzir a complexidade abstrata a uma dose de empirismo que meramente aplicaria os conceitos estudados sobre as formas mais aparentes e suas interpretações já correntes. Só me restava aceitar o destino imposto pelos deuses, mas não o faria sem, como Sísifo, surpreendê-los com alguma astúcia.

Sísifo, além de Midas, é outra figura dos contos gregos utilizada para compreender fenômenos modernos, tão popularmente banalizado nas páginas de redes sociais de *coach* e autoajuda barata presentes na internet. Seu mito de punição, condenado a carregar uma enorme pedra até o alto de uma montanha, apenas para vê-la rolar para baixo e repetir todo processo novamente, foi tratado na filosofia existencialista, principalmente por Albert Camus, representando o esforço humano na cotidiana e sem sentido caminhada que Camus descreve como o “absurdo” da vida. Não entrarei em discussões sobre sua filosofia, validades ou não, interpretações ou vulgarização, entretanto, a ideia de que “é preciso imaginar Sísifo sorrindo” surge na internet volta e meia e pode ser encontrada numa busca simples em discussões de fóruns e comentários de redes sociais como uma das conclusões do filósofo. Mas há algo ainda não dito sobre este mito. É curioso observar que os deuses subjugarão os titãs, em sentido social, como forças da natureza destituídas em prol de seus domínios abstratos de controle e poder, colocando entre si a mediação de todas as relações humanas. Sem nunca se

curvar aos deuses, Sísifo foi condenado por estes a mais do que repetir seu cansativo e inútil trabalho, mas a não vislumbrar mais vida, nem antes nem depois, da ordem imposta pelos deuses, repetindo sem questionar. Entretanto, esqueceram de obrigar Sísifo a fechar os olhos para a percepção social do mundo.

Àqueles que escalam a montanha alguma vez focados mais em analisar a paisagem do que olhar para os próprios pés, descobrem, do alto, que há um mundo inteiro de possibilidades, mesmo que do lado deserto em que o sol não bate, tudo o que era mundo se transubstanciou em ouro. E se Midas transformou não apenas o mundo em ouro, mas os próprios deuses? Em vez de repetir a sua árdua tarefa, olha para trás e descobre que ainda há sol, e no vale abaixo da montanha ainda há vida. Só restava aceitar o destino imposto pelos deuses, reproduzindo a maldição imposta. Mas e se os deuses tiveram que enfrentar o seu próprio destino? E se na sua astúcia – considerado o mais astuto de todos os mortais, capaz até de enganar os deuses – Sísifo não tenha enganado a si mesmo? Não sorri. Abandona o niilismo. A pedra rola outra vez montanha abaixo, mas ele não a segue. A maldição não se repete. Chorando, Sísifo desce pela outra face da montanha. É preciso imaginar os deuses mortos.

3.1 A indústria cultural na produção do consumo

Os interessados inclinam-se a dar uma explicação tecnológica da indústria cultural. O fato de que milhões de pessoas participam dessa indústria imporia métodos de reprodução que, por sua vez, tornam inevitável a disseminação de bens padronizados para a satisfação de necessidades iguais. O contraste técnico entre poucos centros de produção e uma recepção dispersa condicionaria a organização e o planejamento pela direção. *Os padrões teriam resultado originariamente das necessidades dos consumidores: eis por que são aceitos sem resistência. De fato, o que o explica é o círculo da manipulação e da necessidade retroativa, no qual a unidade do sistema se torna cada vez mais coesa. O que não se diz é que o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade. A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação. Ela é o caráter compulsivo da sociedade alienada de si mesma.* Os automóveis, as bombas e o cinema mantêm coeso o todo e chega o momento em que seu elemento nivelador mostra sua força na própria injustiça à qual servia. Por enquanto, a técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social. *Isso, porém, não deve ser atribuído a uma lei evolutiva da técnica enquanto tal, mas à sua função na economia atual.* A necessidade que talvez pudesse escapar ao controle central já é recalçada pelo controle da consciência individual (Adorno, Horkheimer, 2009, p.06, grifo nosso)

O que Adorno e Horkheimer apontam aqui não estava ainda plenamente desenvolvido no século XX, o que permitiu apontamentos como o de Walter Benjamin e, posterior a eles, de Martín-Barbero, que culminam num desdobramento que tende a enxergar às mediações existentes e não apenas os meios como definidores unilateralmente determinantes da

percepção social. Entretanto, Adorno já é capaz de apontar que dentro da própria lógica constituinte da “técnica”, existe um imperativo, digamos, “colonizador” do próprio potencial interno que determina a cultura capitalista. Pensar a técnica como emancipação, como propõe Benjamin, precisa vir junto de pensar novas técnicas que evoque uma nova socialização; novos “imperativos”. Tal possibilidade não está separada da reprodução social, percebe-se separada, pois, a sociedade moderna da mercadoria assim as torna nas suas relações. Repetindo a citação de Benjamin (2018, p.46), resume-se bem tudo o que se debateu até aqui, uma vez que “ao longo de grandes períodos históricos modifica-se, com a totalidade do modo de existir da coletividade humana, também o modo de sua percepção. A maneira pela qual a percepção humana se organiza – o meio em que ocorre – não é apenas naturalmente, mas também historicamente determinado”. O que se soma a isso é o entendimento de que as tecnologias, pela centralidade do trabalho numa sociedade determinada pela produção de mercadorias, cumpre esse papel de determinar a percepção pela forma-social que lhe constitui, o valor.

As plataformas digitais como tecnologia da crise do valor na indústria cultural, não pode ser entendido desvincilhado da sua “função na economia atual”, pois é também a sua base constituinte. Tal indissociação pode ser percebida na ideia de reprodutibilidade técnica permeada na indústria cultural, que igualmente não está desvincilhada da lógica do valor, e cuja tendência é a máxima absorção das necessidades sociais num processo de cercamento em que os padrões classificativos socialmente constituídos, progressivamente, subsume-se num mesmo composto geral para que se gere o produto que vem sendo cada vez mais necessário à reprodução capitalista: dados. Por isso, “os padrões teriam resultado originariamente das necessidades dos consumidores: eis por que são aceitos sem resistência”. As plataformas digitais são a capacidade técnica que surge, como um poder vindo dos deuses, que permite tal façanha.

A reprodutibilidade técnica presente na indústria cultural, permite que a discussão não fique apenas na interpretação do conteúdo, meramente, nem mesmo nas influências sociais externas que possam trazer numa problemática com suas dimensões econômicas e políticas, mas lida com um fenômeno na ordem de uma determinação que constitui pressupostos de sentido, inclusive, sobre os conteúdos e suas influências externas. “A reprodução massiva de obras de arte não se liga apenas à produção massiva de produtos industriais, mas também à reprodução massiva de posturas e procedimentos humanos. Ignorar esses contextos significa desfazer-se de todos os meios possíveis para determinar a função atual da arte” (Benjamin, 2018, p.110). O que se aponta aqui se resume, em partes, no que os estudos sobre plataformas

vem chamando de “modulação algorítmica”. Ao fazer isso, as plataformas transformam todos os espaços de sociabilidade em espaços de valorização direta ou indireta de valor e, logo, de mercado, pois se limita a uma produção de rastreo de padrões da atividade geral, “posturas e procedimentos humanos”. As imagens tornam-se autorreferenciais enquanto signos e a sua autorreferencialidade é central na forma de linguagem que compõe a sociabilidade mediadora das plataformas.

Kurz, (2010, n.p), apontou o compartilhamento como ordem pujante da sociabilidade digital, onde o lucro aparecia apenas de maneira indireta. Cada vez mais sistemas de assinatura, exclusividade, produção e venda de dados formam uma rentabilidade direta nestes espaços, sempre ligados a um capital fictício. As plataformas influenciam diretamente na percepção. A arte e os objetos culturais como um todo podem ser melhor apreendidos por essa lógica por comporem uma peculiaridade imagética em relação a outras coisas com valor de uso intrínseco ao seu corpo físico. “O valor de uso da arte, o seu ser, é para os consumidores um fetiche, *a sua valoração social*, que eles tomam pela escala objetiva das obras, *torna-se o seu único valor de uso, a única qualidade de que usufruem*” (Adorno, Horkheimer, 2009, p.36, grifo nosso). A cisão tratada no valor de uso parece ficar exposta no objeto cultural e sua especificidade como imagem.

A reprodutibilidade técnica da arte surge como expressão da lógica industrial inserida numa demanda quantitativa que se baseia numa *cisão imagética provocada pela reprodução do valor*. “No fundo, ao separar-se da vida, o que se passa com a arte é que se encontra consigo mesma: a poesia se faz pura metáfora e a pintura pura forma e cor” (Martín-Barbero, 2009, p.55). Em termos simples, isto só se torna possível pois, a imagem, que era socialmente integrada à matéria, passa a ser cindida, como uma outra dimensão, pela mediação tecnológica da forma-mercadoria. Debord (2013, p.35) resume ao dizer que “a própria separação faz parte da unidade do mundo, da práxis social global que se cindiu em realidade e imagem”.

Benjamin (2018, p.45), aponta que a reprodutibilidade técnica, ou seja, imitar algo que já foi feito por outras pessoas, sempre foi possível, mas que a reprodutibilidade técnica da arte é algo novo, isto só pode ser entendido pela via histórica de uma cisão realidade/imagem. Na forma-valor, enquanto outros objetos produzidos pelos humanos constituem uma objetividade viva num presente contínuo em uma constituição social que lhe dá sentido, o objeto cultural possui inteiramente uma objetividade que é ausente, passada, puramente social, que como imagem é “a presença de uma ausência” (Belting, 2005, p.76) e que pode ter seu corpo físico inteiramente transformado em prol desta virtualidade que lhe constitui, tendo nessa

virtualidade a sua “utilidade”, e não intrinsecamente ao seu corpo como objeto. Como imagem desprendida de qualquer meio físico que lhe signifique, não possui significado imediato, mas como imagem virtual, atua de maneira mediada e mediadora das práticas sociais. “A imagem funciona como mediação efetiva” (Debray, 1994, p.14). A reprodutibilidade técnica da arte se baseia, portanto, também na *reprodutibilidade dessas virtualidades* que são transformadas e apropriadas a nível social como formas de constituição de identidade. Benjamin pode elucidar um pouco o entendimento da complexidade da questão, ao dizer que:

Aquilo que se atrofia na era da reprodutibilidade técnica da obra de arte é a sua aura. Esse processo é sintomático; seu significado aponta para muito além do campo da arte. Formulado de modo geral, a técnica reprodutiva desliga o reproduzido do campo da tradição. Ao multiplicar a reprodução, ela substitui sua existência única por uma existência massiva. E, *na medida em que ela permite à reprodução ir ao encontro do espectador em sua situação particular, atualiza o reproduzido.* (Benjamin, 2018, p.45, grifo nosso)

A arte se torna um objeto histórico importante para entender a peculiaridade imagética que compõe a socialização pelo valor, própria do capitalismo. Se em outras sociedades a arte se ligava justamente a um elo existente entre, digamos, a matéria e uma espécie de dimensão imaterial social, que compunha o sagrado, por exemplo, ou numa relação de “troca simbólica” sob a qual *a dádiva e não o valor* serviam como socialização que criava um laço social direto dos objetos de cultura³⁷ enquanto símbolos. Na forma-mercadoria, esse elo se perde e a arte se baseia em nada além de si mesma. Mercadoria-signo (Baudrillard, 1995). A perda da aura se constitui na perda de um elo existente entre realidade e imagem que antes ou não causava a distinção de uma coisa para a outra ou a integrava numa relação ritualística³⁸. “Tal cisão é comprovada até mesmo nas mais abstratas concepções teóricas da antiga filosofia. Para Platão, por exemplo, a matéria é algo amorfo e dificilmente apreensível pelo pensamento, sendo definida (com gênero feminino) como a ‘hospedeira e ama das ideias’” (Scholz, 1996, p.05). O objeto de cultura perde seu significado físico imediato pois sua abstração imagética era indissociável da sua fisicalidade composta pela exclusividade, seu valor de culto, enquanto a reprodutibilidade coloca em segundo plano qualquer tipo de abstração em puro realismo mediadamente significável em um valor de exposição. Nada mais é sagrado, nada mais é profano, justamente por que tudo pode ser sagrado ou profano.

Quando ainda possuía espaços externos para colonizar, a reprodutibilidade técnica se ancorava em uma atuação expropriativa, que vinha direto das práticas populares de cultura

³⁷ Como bem nos mostra há mais de uma década a antropologia.

³⁸ No sentido de se criar uma relação material direta, um envolvimento horizontal entre as pessoas de uma determinada sociedade e os objetos/imagens de sua produção de modo de vida.

que, como bem pontuou Adorno e Horkheimer, por isso acabam por ser aceitas facilmente. Com o advento da microeletrônica, as tecnologias digitais passam a agir por uma prática que explora a si mesma. Sem pressupostos externos os quais colonizar, sobra à cultura capitalista globalizada buscar nos seus próprios pressupostos produtivos e simbólicos. A própria cultura popular se torna uma cultura do capital. É isso o que torna um meme a ser digno de uma camisa ou caneca, uma mesa a se tornar uma mesa gamer, uma *skin* de personagem em um jogo de computador a se tornar item de compra, a opinião de um *youtuber* ou *influencer* sobre um livro, filme ou jogo fazer este ser alvo de desejo e logo fazer o *youtuber* ou *influencer* ser digno de monetização pelo uso de links de compras, ou do comportamento do usuário nas redes ser parâmetro para uma série de recomendações de páginas e produtos que se ajustem àqueles dados produzidos pelo próprio usuário, que afunilam tudo isso à *realização* do valor de troca nos circuitos de shoppings online.

As imagens que se desligaram de cada aspecto da vida fundem-se num curso comum, onde a unidade desta vida já não pode ser restabelecida. A realidade considerada parcialmente desdobra-se na sua própria unidade geral enquanto pseudomundo à parte, objeto de exclusiva contemplação. A especialização das imagens do mundo encontra-se realizada no mundo da imagem autonomizada, onde o mentiroso mentiu a si próprio. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo (Debord, 2013, p.34)

Tudo pode ser mercadoria; tudo pode ser transubstanciado em ouro. Com isso, sob as palavras de Fisher (2020, p.13), a sua conceituação cai como uma luva ao dizer que “o capitalismo é o que sobra quando as crenças colapsam ao nível da elaboração ritual e simbólica, e tudo o que resta é o consumidor-espectador cambaleando trôpego entre ruínas e relíquias”. As imagens autonomizadas na “mercadoria-signo” se desmancham, sobrando um realismo capitalista comercializável e modulado por meio das tecnologias da informação e comunicação. O real se transforma em mera coisa que ganha sentido na relação cindida dos signos da forma-mercadoria. Araújo (2021, p.482). diria sobre tal fenômeno que: “sob a determinação ideológica da imagem digital como forma tecnológica de dominação social, vive-se uma crise de superacumulação de realidade”. A indústria cultural no século XXI atinge seu auge de produção do consumo, chegando a uma crise do valor de uso também porque tudo o que surge de novo é um produto do velho, um alimento regurgitado, em que tudo o que se consome parece já ter sido consumido.

Baudrillard (2011, p.129), aponta que, com a cibernética e suas interações permitidas com a tela interativa, o vídeo, a internet, a multimídia, “mistura-se o que era separado”. No processo histórico de separação entre realidade e imagem na socialização pelo valor, a tela digital surge como um “objeto-vazio”, “coisa total”, como significado mediado apenas às suas

configurações sociais, numa contradição gritante, pois, como aponta Baudrillard (2011, p.129), “nada mais de separação, de vazio, de ausência: entramos na tela, na imagem virtual sem obstáculo. Entramos na vida como numa tela. Vestimos a própria vida como um conjunto digital”. O vazio real do objeto digital é orbitado pela imagem virtual que lhe constitui. Isto não lhe permite ser visto pelo seu vazio, mas por uma sequência de imagens atualizadas num presente contínuo que lhe constitui e constitui a percepção do ser humano que está em relação ao objeto. É a mediação técnica na atividade geral das pessoas que “mistura o que estava separado”. Sozinha a tela digital é um “objeto-vazio” pois sua fisicalidade não determinada em nada a sua utilidade social prática, justamente por isso, a tela digital nunca pode ser vista esvaziada da sua utilidade social prática, ela é sempre preenchida. Por não ter qualquer significado imediato, possui qualquer significado. Parafraseando Benjamin (2018, p.45): *na medida em que ela [a tela digital] permite à reprodução vir do próprio espectador em sua situação particular, o reproduzido atualizado é o próprio espectador e, com isso, a técnica reprodutiva desliga o espectador-reproduzido do campo da tradição*. “Apogeu ou fim do espectador? Quando todos se convertem em atores, não há mais ação, fim da representação. Morte do espectador. Fim da ilusão estética” (Baudrillard, 2011, p.130). As plataformas digitais são totalmente submissas da forma social vigente, pois sua constituição técnica é um produto dessa cisão imagética criada pela socialização do valor.

O capitalismo passa a se mover em antítese também em seus pressupostos categoriais historicamente definidos. Como visto anteriormente, o polo positivo valorativo não existe por si, ele é um processo de separação criado na diferenciação do *Outro*, é o que foi dito a partir de Quijano (2005, p.118) de que a primeira identidade geocultural moderna é a América, e a Europa é sua decorrente. A Europa se constitui na figura universalizada do ser humano, como humano-genérico, diferenciado do *Outro*. Em decorrência disso, a valorização dominante histórica se define por tudo aquilo que não é o *Outro*. Lentamente, ao longo dos séculos, decorrente do próprio movimento do valor na sua particularidade dialética, esse *Outro* antitético, pressuposto necessário do polo positivo dominante, passou a ganhar espaço como fonte do valor socialmente criado ao longo dos processos de colonização e imperialismo e em resposta ao diversos movimentos sociais de grupos marginalizados a este polo negativo. Ao atingir seu limite expansivo e se confrontar com a única possibilidade de existência autofágica, o capitalismo descobre que tudo o que resta de si, como polo positivo dominante, é um vazio categorial inapropriável, ele próprio um “objeto vazio”, puro realismo ou pura abstração.

Juntamente com a terceira revolução industrial como tecnologia de crise universal e com o processo de crise global que se lhe seguiu, também a indústria cultural atingiu o seu limite histórico. O seu auge, que coincide com a totalização da estética das mercadorias, coincide também com o esgotamento dos seus recursos externos. De certa maneira pode falar-se de uma analogia com o esgotamento das reservas energéticas e com a destruição das bases naturais da vida, bem como com a crise das relações entre os sexos. Também neste sentido o capitalismo destrói os seus próprios pressupostos. Na mesma medida em que a abstração do valor segue a sua dinâmica interna e completa realmente o programa da sua totalização, dissolve não só a sua própria substância de trabalho, mas também os seus fundamentos naturais, sexuais e culturais, os quais se transformam de pressupostos mudos em gritantes contradições (Kurz, 2010, n.p).

Não apenas os pressupostos materiais são esgotados, mas quando eles se esgotam, produzem um limite nos pressupostos simbólicos. Não existe a figura simbólica afirmativa. Na sociedade da mercadoria, a figura do colonizador só existe pela figura negativa do colonizado. O capitalismo se agarra aos pressupostos que lhe são fundantes, logo, se agarra aos pressupostos negativos da sua concepção cultural, categorias de gênero, raça, classe, etnia e natureza, como forma de criar uma retroalimentação autofágica. A cisão categorial imanente à imagem do valor sob a forma do fetichismo da mercadoria é tomada de forma apriorística. Como esse “objeto-vazio”, entretanto, ele se integra com seus pressupostos categoriais negativos que agem num movimento orbital, dando ao valor um “movimento negativo”, numa contradição interna. Puxa à superfície da realização a imagem virtual negativa que se negligencia na forma-relativa da mercadoria em prol da indiferenciação do valor enquanto sentido geral.

Em outras palavras, o capitalismo aparece na sociedade integrada por plataformas digitais, como um rei Midas pós-moderno, adquirindo poder como nenhum outro antes e, ao mesmo tempo, ao fazer isso, condena a si mesmo a uma terrível maldição, pois ao transformar tudo em ouro, o próprio ouro perde sentido de ser. Este rei Midas da modernidade capitalista em crise, ao conseguir tal poder de riqueza, destrói seu pressuposto categorial real de riqueza abstrata. Sua maldição é abstrair tudo o que toca em riqueza, e toda a matéria ordinária ressignifica-se em algo mais que matéria, ao mesmo tempo, contraditoriamente, torna-se pura matéria, coisa total e homogênea. Quanto mais uma coisa é tudo, mais ela é nada. Midas se confronta com seu inevitável destino.

3.2 O destino de morte: não há saída pelos pressupostos do valor

O ser humano socializado pelo valor torna-se cindido entre uma existência física material e uma existência apenas em imagem que exercem influência entre si numa mesma

relação social³⁹ e na relação humana dada entre coisas. Desta forma, qualquer pessoa é categorizável, “cada um é apenas aquilo que qualquer outro pode substituir: coisa fungível, um exemplar” (Adorno; Horkheimer, 2009, p.26), numa cisão entre realidade e imagem, que aparece como uma base fundante do pensamento na modernidade. A separação entre o mundo natural e o humano, corpo e mente, matéria e ideia, enfim, sempre apareceram em diversas sociedades ao longo da história humana, em diferentes contextos e diferentes formas sociais e de dominação, destacando talvez algumas cosmovisões indígenas e africanas, entretanto, em todas as sociedades anteriores, estes dois polos tinham algum tipo de correlação, seja numa cosmovisão inseparável ou por uma forma de sacralidade ritualística que as unia. Na modernidade esses dois pólos se cindem em campos opostos que se orbitam, gerando uma sobre a outra uma força mas sem nunca se relacionarem de fato a não ser pelo momento em que uma mercadoria, pensada aqui como forma social de relação entre as pessoas, entra numa relação de equivalência com a outra (Quijano, 2005, p.125). “A cisão entre sujeito e objeto, pensamento e mundo físico, alma e corpo, surgiu rapidamente como o núcleo, e o problema central, da filosofia cartesiana (Jappe, 2019, p.49)”. Este movimento de encontro de dois referenciais isolados, produz uma forma de percepção histórica que é cindida. Da relação da forma-mercadoria que produz a separação realidade/imagem, tal cisão, na ordem teleológica pelo trabalho abstrato, aparece como saber dado e primeiro.

Criou-se, pela categoria do *Outro* desvalorizado de subjetividade (o “humano selvagem sem alma”), as categorias universalizantes fundantes do saber contemporâneo, que são seus referenciais imagéticos para a interpretação das crises internas da sociedade da mercadoria no conhecimento científico institucionalizado. No pós segunda guerra mundial, entretanto, a “pós-modernidade” surge como discussão de duas vias, primeiro de forma afirmativa e na segunda de forma negativa, digamos. Nos dois casos, a ideia de uma “pós-modernidade” se apresenta como a falência das categorias universalizantes da fundação da modernidade. Por alguns dito também como falência das “metanarrativas” ou “grandes narrativas”. Ideias de cultura, arte, raça, classe, gênero, etnia, natureza, no geral, formas de reprodução social, tornaram-se, no campo do conhecimento, categorizações fluidas, relativas a contextos específicos, denotando uma morte da verdade universal abstrata e cientificamente determinante. De forma positivada, essa ideia de pós-modernidade abriu espaços para interpretações sociais que viam a realidade a partir de diferentes narrativas culturais, sem uma linha que lhe definisse de forma basilar e socializante; de forma negativada, isto foi visto

³⁹ Que pode ser visto de maneira bem ilustrativa nas “personas” tão utilizadas pelas agências de publicidade.

como a condição em que o capitalismo se apresenta neste tempo, sua “lógica cultural”, como diria Jameson (2006).

Lyotard destaca uma falta de crença no metadiscurso dominante (morte das metanarrativas) e sua universalização num cenário chamado por alguns autores de “pós-industrial” (Lyotard, 2009). Harvey (1992, n.p), por sua vez, destaca como uma mudança da aparência superficial na acumulação capitalista que se segue, sem apontar para qualquer cenário pós-capitalista ou pós-industrial, mas impulsionam novas formas de perceber tempo e espaço. Jameson, entretanto, deve ser o que abordou a questão mais a fundo sob uma problemática negatizada, como apontou Fisher (2013, n.p) “a afirmação de Jameson de que o pós-modernismo era a lógica cultural do capitalismo tardio representa agora um presságio ameaçador do (não) futuro da produção cultural capitalista: tanto política como esteticamente, parece que agora só podemos esperar mais do mesmo, para sempre”. Por isso, busca-se pincelar a questão da pós-modernidade considerando o cenário geral de crise do valor e da financeirização que engloba os ciclos de acumulação e especulação do capital fictício pela “magia” das plataformas digitais em prol da riqueza abstrata. Sabe-se, também, que tal discussão é muito mais densa do que esta dissertação poderia conferir nas suas limitações, um exemplo disso é que não existe apenas uma positivação ou negação do pós-moderno a fim de dessubstanciar a universalidade cindida da modernidade em dimensões quebradas de narrativas culturais que, em certa medida acaba por ser meramente reacionária e ainda partindo das próprias cisões das relações e do saber da modernidade. Mas também existe uma perspectiva do pós-moderno que é desrealizadora, que busca pensar um “além” da modernidade, e não meramente um “apesar”. Não apenas um “decolonial”, para usar um termo em voga, mas um “contracolonial” que existe por si mesmo⁴⁰. O primeiro está posto num objetivo de relacionar a cisão tomada a priori em novas relações, enquanto o segundo questiona as próprias bases da relação/cisão moderna, visando uma perspectiva integral.

O vazio e ao mesmo tempo caos imagético na contemporaneidade se evidencia em diferentes debates. Tendo o valor como forma fundamental de socialização que define um jeito de perceber e fabricar os simbolismos no mundo, este cenário é fruto também da realização dos pressupostos da própria modernidade como preceito universalizante e trans-historicizado. Se todo o *Eu* se baseia naquilo que não é o *Outro*, quando o *Eu* atinge

⁴⁰ Um exemplo disso são as perspectivas organizativas e filosóficas presentes em saberes originários e populares no Brasil, em autores como Antônio Bispo dos Santos e Ailton Krenak, por exemplo, podendo ver em movimentos como a Teia dos Povos uma supressão de uma representação universalizante de verdade socialista, não idealizado num “estado de coisas que deve ser instaurado”, mas se calcando realmente num “movimento real que supera o estado de coisas atual”, como diria Marx e Engels (2007).

seus limites de diferenciação, tudo o que sobra do *Eu* é um vazio, e o que sobra do *Outro* é um todo despotencializado. Enquanto isso, todo pressuposto cultural apropriado ou resistido no seio da reprodução capitalista se torna um pressuposto real negativo para a própria reprodução do valor em crise, para a produção do consumo. “O espetáculo reencontra cada vez mais concretamente os seus próprios pressupostos” (Debord, 2013, p.44). O pressuposto despotencializado se potencializa em forma de imagem. Representação.

Interseccionalidades de cultura, raça, classe, gênero, etnia e natureza podem ser entendidas como formas de identificação dada a condição da cisão realidade/imagem. Funda-se a classificação das pessoas como meras coisas, meros corpos, objetos, por suas características individuais, como catalogação de um exemplar de ser humano diferenciado do ideal de um “humano universal”, surgido na concepção moderna de “sujeito” dotado de “razão”. Toda culturalidade em torno das classificações que denotaria uma certa identidade social real se transforma num realismo esvaziado exposto como peça de museu.

“Raça” surge como uma classificação moderna do *Outro* como forma de legitimação de dominação biopolítica direta mas, principalmente, indireta. Não é apenas a escravidão que dá a característica material histórica racial à população negra, por exemplo, mas a própria socialização pelo valor criador de cisão, que definiu as categorias diferenciais não-valorizáveis que circulam pelo cotidiano da vivência capitalista. Isto determina a estas pessoas categorizadas uma determinada condição de vida social, e a superação desta condição aparece como exceção que só pode ser superada pela ascensão pela forma-valor, ou seja, a ascensão econômica por meio da própria sociabilidade que incute a racialização como identificação social do “sujeito” da modernidade.

O dinheiro é o valor universal de todas as coisas, constituído em função de si mesmo. *Em consequência, ele despojou o mundo inteiro, tanto o mundo humano quanto a natureza, de seu valor singular e próprio.* O dinheiro é a essência do trabalho e da existência humanos, alienada do homem; essa essência estranha a ele o domina e ele a cultua (Marx, 2010, p.58, grifo nosso)

Na indústria cultural, principalmente do século XXI, “as diferenças vêm cunhadas e difundidas artificialmente” (Adorno, Horkheimer, 2009, p.07). A artificialidade, entretanto, não se refere à irreabilidade, uma vez que essas diferenças atuam virtualmente na realidade. A cisão racial é relevante pois exemplifica uma das fundações da cisão do valor na sua divisão social do trabalho e sua separação entre natureza e sociedade, uma vez que tal conceito faz do *Outro* colocado como mera coisa, o humano desumanizado, o humano sem alma, sem aura, diferente do humano dotado de razão, valorativo, transcendental e universal, que justificou por séculos a mercantilização escravista.

Na categoria de “classe” o mesmo acontece quando vista como trans-histórica. Sob a perspectiva histórica do valor como forma específica do trabalho no capitalismo, “classe”, por mais que possa ter aparecido em outras formações sociais de dominação direta, só se torna central no capitalismo. Na trans-historicização das classes, a classe oprimida no capitalismo, a classe trabalhadora, realizaria-se por meio da ascensão pelo valor, da sua própria tomada do poder; do Estado ou de uma forma de organização autogestionária que lhe concederia total autonomia sobre o que fazer com seu mais-valor produzido. A perspectiva emancipatória presente na *crítica* da economia política, contrapartida, só seria possível com a abolição das classes, entretanto, tal abolição só se concretiza pelo fim da forma de reprodução social mediadora fundante que justamente cria a condição predicativa de classe. A emancipação da classe trabalhadora, impedida na sua virtualização atual, seria igualmente impossível com sua realização, pois sua categoria é fundada na forma-valor. Sua emancipação só é possível com a sua própria destruição categorial no seio da mediação social.

Mas a emancipação humana só estará plenamente realizada quando o homem individual real tiver recuperado para si o cidadão abstrato e se tornado ente genérico na qualidade de homem individual na sua vida empírica, no seu trabalho individual, nas suas relações individuais, quando o homem tiver reconhecido e organizado suas “*forces propres*” [forças próprias] como forças sociais e, em consequência, não mais separar de si mesmo a força social na forma da força política (Marx, 2010, p.54)

Uma emancipação não se trata, portanto, de uma supressão virtual de tais pressupostos, muito menos de sua virtualização positivada universalizante, mas se trata da desrealização de sua condição mediadora fundante. A classe trabalhadora, neste aspecto, está destinada a desrealizar-se ou estará inserida no capitalismo enquanto ainda houver mundo para ser devorado.

Essa crítica analisa a classe trabalhadora como um elemento integrante do capitalismo e não como a personificação de sua negação. Ao apontar para a possível superação do valor, a crítica marxiana aponta para as possibilidades de superação das estruturas da compulsão abstrata característica do capitalismo, de abolição do trabalho proletário e de reorganização da produção, enquanto sugere a existência de uma relação intrínseca entre elas (Postone, 2014, p.451).

A condição da mulher na modernidade aparece como uma outra relação ainda mais intrínseca da socialização pelo valor, uma vez que ela caracteriza um *Outro* na própria mediação social interna. Enquanto a América e a criação do *Outro* racializado, principalmente na classificação do “negro” e do “oriente”, dava-se por uma diferenciação externa do “não-valor”; a diferenciação patriarcal da mulher na sociedade moderna da mercadoria surge como uma diferenciação interna ainda na própria Europa. Esta questão se aprofunda, por exemplo, nas discussões de Scholz sobre o surgimento do patriarcado no capitalismo por meio da forma-valor. “As esferas de produção e reprodução cindiram-se cada vez mais. As

atribuições sexuais adquiriram traços quase profissionais: a mulher estava ‘talhada’ para atividades de cunho mais pessoal, e o homem para atividades produtivas na ciência, tecnologia e cultura (Scholz, 1996, p.09)”. Portanto, se “raça” surge como o primeiro conceito diferencial do *Outro* para a criação da identidade de um sujeito abstrato da razão, a mulher, como categoria subordinada advinda de outras formas sociais anteriores, como na sociedade grega, romana e medieval, surge como um alvo fácil à criação de um primeiro pólo negativo para a socialização pelo valor, que define desde seu fundamento a cisão produção/reprodução. Ou seja, a mulher passava a habitar desde já um campo das relações humanas onde o “valor de uso” existia cindido numa quebra perceptiva, uma vez que o caráter duplo da socialização pelo valor passava a existir precisamente na dimensão masculina da produção deixando na figura da mulher e na atividade doméstica um “valor de uso” que não se socializa, mas se fecha no espaço privado e, por outro lado, coloca na figura masculina um valor de uso que é integralmente socializado na esfera pública do espaço masculino da política e da administração do capital acumulado. Na estrutura familiar proletária, isto reverbera na figura do homem operário produtor de valor na venda da sua capacidade de trabalho e na mulher dona de casa. Em um subnível da classe trabalhadora, tido na maior parte dos países do chamado ocidente, na figura das comunidades negras, as mulheres sempre precisaram trabalhar, mas essa separação aparece na aplicação em serviços análogos à atividade de casa, como a diarista ou a babá, que cumprem a “atividade da mulher da família capitalista”, sob a diferença que essa atividade se torna trabalho no momento em que se faz para o *Outro* abstrato no ciclo da compra e venda da forma-mercadoria.

É precisamente a ascensão do princípio masculino do "trabalho abstrato como um tautológico fim em si mesmo" (Kurz) que traz como resultado o confinamento doméstico e a repressão da mulher na história ocidental, produzindo, ao fim e ao cabo, a perda da dimensão sensível das relações humanas, a destruição da natureza e a ameaça de guerra nuclear (Scholz, 1996, p.02)

Esta separação, portanto, não libertava a figura da mulher, mas justamente a prendia numa condição categorial a qual ela própria não tinha poder valorativo. “Quanto mais desenvolvida é a relação de valor, quanto mais claro é o divórcio entre esfera pública e privada, mais inequívoca é a estrutura patriarcal” (Scholz, 1996, p.04). Com base nessa dissociação imanente a sociedade moderna capitalista fundou os seus pressupostos “universalizantes”, como a ideia de nação, ciência, arte; elementos que surgem como entidades feminizadas na reprodução social, alçadas a um nível natural e transcendental.

Historicamente, a produção de valor é um assunto masculino. Com efeito, nem todas as atividades criam valor que apareçam nas trocas mercantis. As atividades ditas “reprodutivas” e que decorrem sobretudo na esfera doméstica são em geral atribuídas às mulheres. Essas atividades são indispensáveis à produção de valor, mas

não produzem valor. Têm um papel indispensável, mas auxiliar na sociedade do valor. Essa sociedade consiste tanto na esfera do valor como na do não valor, ou seja, fundamenta-se no conjunto destas duas esferas. Mas o do não valor não é “livre” ou “não alienada”, pelo contrário. A esfera de não valor contém o estatuto de “não sujeito” (e isso, durante muito tempo, até no plano jurídico), porque semelhantes atividades não são consideradas “trabalho” (por mais úteis que sejam) e não aparecem no mercado.⁴¹ (Jappe, 2021, p.310)

O Estado é um elemento central para o entendimento do curso deste processo, pois como aponta Marx “só assim, pela via dos elementos particulares, é que o Estado se constitui como universalidade” (2010, p.40), uma vez que a formação de universalização da forma política, para além de seu conteúdo interno, coloca-se, primeiramente, na concepção daquilo que não é universalizado. Desta forma, a modernidade capitalista ergue-se com a concepção embrionária do ser humano genérico, mas um ser humano genérico que só se sustenta pela separação sistemática da maior parte da humanidade. “A mercadoria, como forma estruturada de prática social, se generaliza, condiciona a maneira como o mundo – o natural bem como social – é concebido” (Postone, 2014, p.203). Esta concepção, portanto, é a própria concepção da cisão presente já na sua forma mais básica e abstrata de relação, na própria produção de um valor de uso qualquer para a troca no qual está pressuposto toda sociedade da mercadoria.

Este desenvolvimento promove, igualmente, em processo, uma forma de positivação de conceitos separadores, como o racismo, o destino manifesto étnico da colonialidade, o machismo, enfim, pontos referenciais para a classificação qualitativa daquilo que estava no polo da valorização, fenômeno observado nos movimentos fascistas do século XX, que evocavam conceituações do belo, de poder, supremacia racial, da arte e da ciência, como uma tentativa de criar um polo valorativo positivado sem a mediação de seu pólo negativo que vinha, a partir de movimentos sociais, ganhando espaços de valorização na lógica da mercadoria (o trabalhador como pólo virtual negativo em via de realização, como visto nas revoluções proletárias do início daquele século). No fascismo do século XX, tentou-se uma valorização não por meio da negatização do *Outro* concreto para a universalização do *Eu* abstrato, mas sim a real submissão do *Outro* como não-humano, mera coisa robotizada, matéria vazia; ou por via da completa extinção de determinados grupos sociais. Em movimentos similares no século XXI, além deste impeto à subjugação ou extinção completa do *Outro* (como no caso do massacre palestino cometido por Israel), há também uma afirmação da abstração positivada por ela mesma.

O pós segunda guerra mundial produziu novos fenômenos no centro desta cisão fundamental da reprodução social baseada no valor. “Há muito a esfera do ‘trabalho’ abstrato

⁴¹ Tal discussão será retomada na próxima parte para debater a atividade geral humana pelos usuários de plataformas digitais.

deixou de ser propriedade exclusiva dos homens. O pressuposto patriarcal básico da relação de valor, porém, não foi por isso eliminado, mas apenas tornou-se precário e conflituoso” (Scholz, 1996, p.16). Os movimentos sociais nos anos 1960 caracterizaram-se por um momento desta sopa de letrinhas de definições categoriais em ebulição no caldeirão da história do capital. “Se as cisões internas da relação homem-mulher irrompem mais uma vez em toda a sociedade a partir das décadas de 70 e 80, isso está ligado à obsolescência do próprio conceito de ‘trabalho’ abstrato” (Scholz, 1996, p.14-15). O chegar a si mesmo da reprodução interna do valor criou tensões que repercutem em nível objetivo e subjetivo, embasando uma crise categorial generalizada.

Crise categorial significa que já não se trata simplesmente de uma crise econômica conjuntural, ou de uma ruptura estrutural, na passagem para um novo "modelo de acumulação". Como se vê no processo de crise da globalização, agora o limite imanente do "trabalho abstrato" torna-se também na crise da política e das formas de Estado, democracia e nação. Desfazem-se irreversivelmente bourgeois e citoyen, as duas almas no peito do esquizo-sujeito. Isto inclui uma elementar crise de identidade sexual e sobretudo da masculina (EXIT!, 2007, p.05).

O uso instrumental destas categorias imanentes da socialização capitalista pela publicidade está intrinsecamente ligada ao movimento do valor em crise no contexto da plataformização. “Não se trata, portanto, nem de ‘libertar o sujeito’, nem, pelo contrário, de considerar a sua ausência um dado ontológico como faz o estruturalismo” (Jappe, 2021, p.34). A criação cada vez mais restrita de nichos de mercado permitiu uma série de definições de identidade que se agarram a uma legitimada criação de desejo que impulsionam na realização destas identidades fixas no fetichismo da mercadoria, ou seja, age como que incutindo à matéria (incluindo o corpo humano) poderes socialmente mágicos, separados de si. Transubstancia virtualmente a matéria em ouro. A questão vai além da validade ou não destes pressupostos culturais, mas entende-se a estes como reais e imanentes na forma de reprodução capitalista.

A questão já não é que a forma da mercadoria como mal necessário se agarre também aos conteúdos da sua crítica, de modo que esta se possa articular em geral e reproduzir os seus pressupostos materiais, mas sim que *o carácter de mercadoria é aceite ou ignorado e o conteúdo é positivado como conteúdo da valorização, mesmo que num sentido apenas simbólico* (Kurz, 2010, n.p, grifo nosso).

Com o chegar a si mesmo do capital, estas categorias negativas se positivam simbolicamente como naturalmente e trans-historicamente determinantes e assim passam a reproduzir os pressupostos materiais, gerando o consumo necessário ao objeto-vazio, da tecnologia automatizada produtora de mercadorias para o consumo disperso dos espaços plataformizados. O objeto de cultura no século XXI se determina por tudo aquilo que pode pairar virtualmente a um ser humano e ser absorvido por ele como parte de sua própria

imagem que lhe incute algum sentido social. “A reprodutibilidade técnica da obra de arte emancipa-a pela primeira vez na história mundial de sua existência parasitária em relação ao ritual” (Benjamin, 2018, p.48). Mas com a plataformização a imagem não está apenas emancipada da ritualidade, ela pode ser ritualizada à necessidade de cada pessoa, como qualidade fantasmagórica que se prende às pessoas e coisas, feitiço de transmutação; valor de uso que é social pois não se prende à corporeidade física intrínseca ao ser produzido, existe apenas em relação, e ao se relacionar com um corpo como um valor de uso, torna-se valor. A produção de dados ao registrar, processar e analisar a imagem da atividade geral humana, seu *intelecto geral*, diria Marx, positiva o pólo simbólico-cultural negativo do capital; não-valor se torna valor. Sua ritualística, como poderia dizer Debord, é o espetáculo, pois é por meio dele que este valor de uso ainda subjetivado pode se manifestar na prática social em movimento. Guerra cultural é seu movimento. É pelo espetáculo que este valor de uso social se torna valor no campo da financeirização. De um lado é um processo de relação que produz cisão (*relação da forma-mercadoria que cindida realidade e imagem*) e do outro, um processo de cisão que produz relação (*a imagem cindida da realidade que se manifesta como espetáculo pela relação de troca da forma-mercadoria*).

É o princípio do fetichismo da mercadoria, a dominação da sociedade por "coisas suprassensíveis embora sensíveis" que se realiza absolutamente no espetáculo, onde o mundo sensível se encontra substituído por uma seleção de imagens que existem acima dele, e que ao mesmo tempo se fez reconhecer como o sensível por excelência. (Debord, 2013, p.45)

As imagens, a partir da sua autonomização cindida, passam a dar o sentido do real como se fossem o próprio real. Baudrillard chamaria partes desse processo de “simulacros” e “simulações”. O esquizo-sujeito⁴² desta modernidade autorrealizada e autodeformante, se encontra, ele mesmo, como mercadoria de trabalho no corpo social, cindido socialmente entre sua realidade vivida corporalmente e sua imagem significada pelo convívio em forma de mercadoria-signo. A relação social viva dá lugar à mediação de imagens mortas na forma de signos numa tela. O rei Midas pós-moderno, que se tornou a sociedade humana, precisa encontrar o caminho para o rio Pactolo, pois, só devolvendo a riqueza social da abstração à realidade social poderá evitar seu destino de morte por inanição.

3.3 A morte em vida da imagem

⁴² “A esquizofrenia é a produção desejanante como limite da produção social” (Deleuze, Guattari, 2010, p.54).

Se a imagem aparece entendida como um fenômeno ontológico na sociabilidade humana, vemos, entretanto, ao longo do desenvolvimento da forma social histórica capitalista uma mudança imanente, não por leis universais, mas dentro das leis internas do capital.

Régis Debray, em seu livro “Vida e morte da imagem” (1994), traça uma ideia de que o nascimento da imagem como manifestação humana está intrinsecamente ligado à morte. A imagem, em sentido geral, em recusa à ausência daqueles que não mais vivem, jorra dos túmulos, diz o autor, a fim de prolongar a vida. A imagem aqui é uma sombra de um passado que se faz presente. O morto, discorre Debray, não é tratado com desdém, não é mais um ser vivo, ao mesmo tempo que não é apenas mera coisa. “É uma presença/ausência; eu próprio como coisa, ainda meu ser mas no estado de objeto” (Debray, 1994, p.24). A imagem nasce, portanto, como um espírito que ao se desgarrar do corpo, passa a habitar, *como ausência*, a imagem presente dos vivos. A imagem é uma mediadora entre vivos e mortos (Debray, 1994, p.33), por isso mesmo, suas mudanças intrínsecas ao longo da história são mudanças de mediação, em consequência, na sociedade moderna do trabalho, são também mudanças de relação com o tempo. A dominação temporal da socialização pelo valor (Postone, 2014) incute uma nova relação com a imagem, com a matéria e por isso com a ritualística dos símbolos, com o passado, com a ausência, com a morte e com os mortos.

No capitalismo, as imagens, separadas da realidade, mas ainda assim orbitando-a, habitando cada centímetro visual do cotidiano, desgarraram-se do real e deram-lhe vida constante pela publicidade e o universo de mercadorias desde as primeiras revoluções industriais, mas crescente a cada século que se seguiu. A arte capitalista se torna o signo da imagem cindida, do objeto de cultura separado da sua realidade viva. “Ceci n’est pas une pipe” (“isto não é um cachimbo”)⁴³ tornou-se o ícone prepotente desta imagem cuja significação está em si mesma em relação a outra que lhe equivale; Magritte literalmente expôs esta cisão explorando os limites entre vida e morte. “A arte é o natimorto de nossa cultura. Com toda a razão: já que a arte ocidental nasce tomando-se a si mesma como fim e objeto e morre por isso mesmo” (Debray, 1994, p.237). De uma hora para outra, entretanto, com a cibernética e suas possibilidades de integração digital, vê-se os mortos que antes habitavam o cotidiano como uma imagem do ausente, transformando-se num presente contínuo. As imagens que tomam-se como fim e objeto de si mesmas, morrem, e ainda assim vivem, não mais como a presença do ausente, mas como ausente que se faz presente. Ausência em constante presença tal qual a imagem viva.

⁴³ Pintura “A Traição das Imagens”, de René Magritte, de 1929.

Os mortos-vivos passam a habitar o presente como hordas em que tudo o que era imagem virtual da ausência, torna-se presença em constante atualização. As imagens que não podem mais morrer povoam o presente putrefatas, e não por coincidência, como diria Gramsci em sua tão replicada frase, o novo não pode nascer.

Em *The Walking Dead* (icônica série de quadrinhos de Robert Kirkman e Charlie Adlard, lançada de outubro de 2003 a julho de 2019) após tempos vagando pela região de Atlanta, nos EUA, sobrevivendo a mortos-vivos e, principalmente, a outros seres humanos depois do mundo ruir e a selvageria brutal passar a ser rotina em suas vidas, Rick, personagem principal, e seu grupo, encontram segurança em uma prisão abandonada, numa das sagas mais definidoras da obra. Tal analogia já é bem representativa. Naquele mundo degradado, o significado que envolvia as relações desmorona junto com a aparição dos mortos-vivos, aquela construção que já representou a privação de liberdade e encarceramento dos considerados piores sujeitos da sociedade, encontra neste novo mundo um significado de liberdade por trás dos muros e cercas que o envolvem. Os poucos detentos que ficaram no local e sobreviveram, ao mesmo tempo que surgem como uma tensão, desconfiança e conflito ao grupo, também tem em seu significado uma contradição por representarem tanto um perigo quanto um agregado de sobrevivência ao grupo.

A tragédia, que passa a perseguir os humanos nesta nova realidade, todavia, ocorre por um ponto cego no qual nenhum dos personagens estava esperando. Descobrem que o que quer que fosse que estivesse causando os mortos-vivos que destruíram o mundo em que eles viviam, já estava neles, e qualquer um que morresse, da causa que fosse, se transformaria em um morto-vivo logo em seguida. Esta contextualização serviu para um dos diálogos mais importantes de toda a série e aprofundou suas discussões subtextuais.

Questionado e falado pelas costas sobre suas ações para sobreviver naquele mundo, Rick diz que quer esclarecer algumas coisas para o grupo. Rick diz que era policial e sabe que algumas coisas que fez foram erradas. Tyreese, membro importante, aliado e ao mesmo tempo rival de Rick, rebate dizendo que eles precisam seguir as regras para conservar sua humanidade. “Você mata, você morre”, ele admite ser a coisa mais ingênua que ele já disse, pois do jeito que as coisas estão neste mundo de mortos-vivos, se você mata, você vive. Ele tenta fazer o grupo entender que essa é a vida deles agora, e não estão apenas vivendo pelo que vem depois, muito menos para serem resgatados, isso é tudo o que eles tem e tudo o que podem fazer é transformar este lugar em que estão em algo melhor. Então Tyreese rebate outra vez, dizendo que é o que eles estão fazendo, estão tentando restabelecer a vida como ela era, esse é o objetivo, e que não querem se tornar selvagens e é isso que Rick não entende.

Rick, entretanto, entende mais ainda a situação depois disso. Ele diz que eles já são selvagens, desde o momento em que tiveram que lidar com os mortos-vivos (“we’re surrounded by the dead⁴⁴”), estão entre eles e quando enfim morrerem, se tornarão eles. Estão ali vivendo um tempo emprestado e cada minuto de vida é um minuto roubado dos mortos. Rick então conclui: você acha que nós nos escondemos atrás dos muros para nos proteger dos mortos-vivos? Você não entende? Nós somos os mortos-vivos (“we are the walking dead”).

Em *The Walking Dead* toda a cisão e toda relação criada por meio da troca estão suspensas. Perderam-se todos os referenciais de universalidade, em contrapartida, a imagem da morte povoa a realidade sem morrer de fato. Sem conservar-se no passado, o que morreu rasteja entre os vivos e a imagem, por meio de suas cercas e muros passam a representação de liberdade e segurança. Na morte, presença/ausência, corpo e imagem em sua cisão cessam de produzir relações, desgarram-se uma da outra e ganham vida própria. A morte produz o realismo e a imagem se transforma em espetáculo. Cisão que produz cisão.

As telas dão vida a um presente contínuo. Constantemente, nos subsequentes vídeos curtos consumidos online, sequer é possível lembrar o que se viu a um minuto atrás. Sem acessar este passado que se conserva, pois o passado é presente, a atualização do presente contínuo se torna limitada e as referências categoriais parecem dadas, eternas, universais. O consumo se torna zumbificado. Ao mesmo tempo, a realidade parece não comportar mais universais, pelo contrário, precisa mais do que nunca das particularidades para a reprodutibilidade da socialização pelo valor. “Em uma cultura de olhares sem sujeito e dotada de objetos virtuais, o Outro torna-se uma espécie em via de extinção; e a imagem, imagem de si mesma. Narcisismo tecnológico, isto é, retirada corporativa da ‘comunicação’ para seu umbigo” (Debray, 1994, p.298). O deserto que sobra no realismo do capital é preenchido por miragens.

As plataformas digitais parecem ser a tecnologia do vazio imagético, coisa pura, que como não possui nenhuma imagem própria reflete qualquer imagem em uma atualização constante pela integração humano-tela. Mas eis o problema da atualização constante: se as imagens jorravam dos túmulos de um passado conservado, em outra dimensão, a partir desta cisão da morte produzia-se a relação dos vivos. Corpo tornava-se corpo sem imagem, imagem tornava-se imagem sem corpo. A relação produtiva da forma-mercadoria é imediatamente cisão, prática social que se produz em mediação e por abstrações. E a cisão da troca é imediatamente relação, pela separação da realidade imediata de quem produz o objeto com a finalidade abstrata da equivalência pelo valor. Com as plataformas digitais não é mais o

⁴⁴ Tradução: estamos cercados pelos mortos.

passado que se conserva nem mais o presente que se faz contínuo, inverteu-se em passado contínuo e presente conservado. A imagem torna-se presença e o corpo torna-se ausente. Amnesia e nostalgia. Cisão que produz cisão.

Nós somos os mortos-vivos!?

Salvaguardada a liberdade deste trecho quase que manifesto, o que se anuncia com esta pesquisa é a especificamente da determinação imagética na forma-mercadoria. Se o valor apresenta seu momento de crise, causando uma crise do valor de uso, como visto até aqui, isto ocorreria numa camada imagética mutável historicamente à forma social vigente, que definiria um tipo específico de percepção social, uma forma-estética. É sobre esta percepção social, ou melhor, a estrutura a qual ela se organiza por meio da forma-mercadoria a que se trata, visando organizar a ideia fundamental de uma cisão de realidade/imagem.

3.4 Imagem e consumo: o valor em movimento na produção do sentido

O trabalho sobre o objeto para visar a troca pode dar a ilusão de que primeiro se vem a cisão do objeto como algo inerente, em seu valor de uso e um valor de uso social, e apenas depois se coloca em uma relação na qual tal objeto se torna mercadoria, adquirindo valor de troca. Assim, poderia-se pensar que a forma-mercadoria parte de uma cisão natural (imagem real/imagem abstrata) que produz uma relação por consequência (forma-mercadoria). Entretanto, tal atividade já pressupõe a troca desde o começo de modo continuado. A relação de troca da forma-mercadoria inverte a relação social. O objeto, portanto, ao visar a troca de mercadorias, desde o começo, já é cindido pela própria relação de troca. Por isso surge já cindido como valor de uso e valor de troca, ou valor de uso e valor. Sua separação em imagem abstrata já está desde o início colocada em uma relação invertida com a realidade, jogada e condicionada a uma abstração futura da finalidade autodeterminada da troca como sua síntese inescapável. Tem-se portanto, uma relação que produz cisão. Ou seja, *a relação* pressuposta da troca produz a *cisão* do valor de uso em sua imagem real e sua imagem abstrata, mesmo que, se vista teleologicamente, a cisão apareça, primariamente, como fato social e dado da razão. Esta forma-social da modernidade capitalista é dada por separações que lhe fundam (Jappe, 2021, p.45), expoente no *cogito ergo sum* – penso, logo existo –, de Descartes⁴⁵.

⁴⁵ “A percepção dos objetos exteriores é desvalorizada no procedimento cartesiano porque estes poderiam não existir, ou porque sua apreensão por meio dos sentidos ou do pensamento poderia ser errônea; servem apenas para confirmar a existência do espírito que percebe ou pensa. O fato de receber impressões do exterior não basta para demonstrar que esses objetos realmente existem. Assim, a impressão que se tem do Sol é muito diferente do que a razão diz a seu respeito” (Jappe, 2021, p.48).

As plataformas digitais na sua produção de dados lançam um problema nesse movimento da mercadoria. Ao autonomizar as imagens de sua própria socialização, a forma-mercadoria recai numa abstração de sua própria abstração, o que quer dizer, numa tautologia, que enquanto ordem social baseada no espetáculo, numa mediação das relações sociais por imagem, as imagens separadas de sua realidade viva se reencontram como que sozinhas, agindo pelos fluxos das tecnologias de informação automatizadas. Todavia, “o espetáculo reúne o separado, mas reúne-o enquanto separado” (Debord, 2013, p.43), reproduzindo, na mesma atividade social a ruptura de uma relação suspensa. A relação da troca, apesar de ser fundante ao capital, parece ser para ele um empecilho, um mal concreto necessário à abstração. $D - M - D'$ ⁴⁶, como a lógica de valorização do valor, faz o capital sonhar, tal qual Midas, em ter o poder de transformar, simplesmente, $D - D'$. Tal lógica, no que se discutiu até aqui sobre a relação/cisão da imagem sob a forma mercadoria, pode ser compreendido também no movimento $C - R - C'$, ou seja, a cisão pressuposta de uma relação que produz cisão. O espetáculo é a supressão da mercadoria (M ou R, no que tange a relação da imagem sob o valor) enquanto relação social em uma instância virtualizada do processo de valorização. Não é sob esta virtualização que toda a tecnologia de plataforma das *Big Techs* se baseia?

A produção de dados pressupõe a cisão realidade/imagem desde seu momento inicial. Sem a cisão da atividade do trabalho, que sob a determinação da relação de troca o indivíduo se insere como pressuposto⁴⁷, tal cisão é criada artificialmente na produção de dados sobre a atividade humana geral pelas pessoas envolvidas na indústria de dados mas, principalmente, pelo trabalho maquínico incorporado ao trabalho destes últimos, tão ignorado nas análises sobre o fenômeno. *Neste cenário, a cisão do trabalho maquínico e do trabalhador da indústria cultural e de dados pressupõe não a relação da troca, mas a própria cisão da atividade humana geral (enquanto consumo, na figura do “usuário”) para a atividade registrada em dados. Da mesma maneira, a própria atividade humana nos ambientes virtuais, pressupõe a cisão criada pelo dispositivo tecnológico e a socialização da mercadoria que lhe engaja para que possa ocorrer.* A completa abstração da realidade causada pelo valor cria sua própria negação. Sua realização enquanto consumo na sociedade da imagem espetacular, ao desgarrar-se de vez do fundamento material ao qual estava condenado no objeto da mercadoria, não produz mais uma relação social pela troca, mas faz da troca, em si mesma,

⁴⁶ Dinheiro – Mercadoria – Mais-dinheiro.

⁴⁷ Sendo o trabalho abstrato cada vez mais difícil de se realizar devido o avanço maquínico que troca trabalho vivo por trabalho morto, como se discutiu na última parte sobre a conexão do fenômeno das plataformas com a condição de crise interna do capital.

uma cisão; uma suspensão da relação social (virtual) para uma relação puramente entre signos. É o que lembra Baudrillard, ao tratar sobre os “*media*” entendido como a “mídia de massa”, em sentido geral, na tradução portuguesa, que se segue na citação:

Não é como veículo de um conteúdo, mas na sua forma e na sua própria operação, que os *media* induzem uma relação social, e tal relação não é de exploração, é de abstração, de separação, de abolição da troca. Os *media* não são coeficientes, mas efetadores de ideologia. Não só não são revolucionários por destino, mas nem sequer são, alhures ou virtualmente, neutros ou não ideológicos (o fantasma do seu estatuto “técnico” ou do seu “valor de uso” social). Reciprocamente, a ideologia também não existe em qualquer outro lugar como discurso da classe dominante antes de se investir nos *media*. O mesmo acontece na esfera da mercadoria: em parte alguma esta tem outro estatuto de realidade (o “valor de uso do produto”) além da forma que toma na operação do sistema do valor de troca. E a ideologia também não é um imaginário flutuando no rastro do valor de troca: é a própria operação do valor de troca (Baudrillard, 1995, p.216).

A sensação de feudalização das relações pelo digital não se dá apenas sob teorizações como a de Varoufakis (2023) e seu “tecnofeudalismo”, mas também porque tal movimento de cisão se assemelha aos pressupostos sacramentais que separavam, no modo de vida antigo, a nobreza e seu destaque divino para o campesinato⁴⁸. A cisão neste caso era sagrada, era a mediação e definia as relações entre nobreza e campesinato, desde as relações simbólicas que legitimavam a figura do rei como uma entidade de poder divino sobre o legado da terra e seus modos de vida, até as próprias relações de pagamento na forma de trabalho servil, como era o caso da talha e da corveia, que definia os laços com a terra⁴⁹ pela relação de dominação que num caminho oposto à dominação abstrata do valor, era fundante. Nesta cisão que produzia relação, a relação como produto do modo de vida aparecia como primordial e legitimava a cisão criada socialmente. A dominação, mesmo em seus sentidos simbólicos e religiosos, era direta, dada numa relação fundamentalmente contraditória que originava toda a dominação. Não era a cisão da razão que fundava a relação, mas a própria relação, por exemplo, do vínculo direto com a terra, que fundava a cisão social de dominação por formatar este vínculo primário. Já na sociedade baseada na mercadoria, duas pessoas não se encontram numa relação social fundamental e fundante, antes:

“Ambos se comportam um com o outro como pessoas sociais abstratas que, em face uma da outra, mais não representam do que o valor de troca em si mesmo. O dinheiro tornou-se o único *nexus rerum* [nexo das coisas] que os liga, o dinheiro sem

⁴⁸ “A institucionalização da divisão social do trabalho, a formação das classes, tinha construído uma primeira contemplação sagrada, a ordem mítica em que todo o poder se envolve desde a origem. O sagrado justificou a ordenação cósmica e ontológica que correspondia aos interesses dos Senhores, ele explicou e embelezou o que a sociedade não podia fazer. Todo o poder separado foi pois espetacular, mas a adesão de todos a uma tal imagem imóvel não significava senão o reconhecimento comum de um prolongamento imaginário para a pobreza da atividade social real, ainda largamente ressentida como uma condição unitária” (Debord, 2013, p.41).

⁴⁹ A talha era um imposto do modo de produção feudal sob o qual o campesinato precisava fornecer uma parte de sua produção ao senhor feudal. A corveia, por outro lado, era uma obrigação na qual o campesinato prestava trabalhos gratuitamente para o senhor feudal.

outros qualificativos”. Isto significa que o laço social já não consiste nas relações sociais propriamente ditas (como ainda acontecia no escravagismo ou no feudalismo), antes passa a ser algo que qualquer indivíduo pode adquirir ou perder (Marx *in*: Jappe, 2006, p.52)

Na ascensão da dominação abstrata da mercadoria, como se pode ver na acumulação primitiva de capital, as primeiras investidas foram em sentido de destituir as antigas terras de uso comum a um uso privado, separado fundamentalmente numa cisão jurídica de cercamentos que, como já dito na primeira e segunda parte, transformou a terra em algo além de terra como meio de vida comum, mas a transubstanciou em riqueza abstrata na forma de capital. *A transubstanciação do modo de riqueza não é novidade no capitalismo, portanto, mas sua atuação generalizada de completa abstração da atividade humana em seu sentido mais geral pela digitalização é que se configura em um fato novo.* Neste caso, é a cisão fundamental que está escondida por detrás da relação do valor de troca e que se manifesta posteriormente separada na mercadoria enquanto produto para o consumo.

A clivagem entre sujeito e objeto faz do homem um ser radicalmente estranho ao mundo. Perante a majestade do espírito, o mundo passa a ser apenas um material em que o espírito procura realizar-se. A resistência que esse material – natural ou humano – opõe aos desígnios do sujeito leva este último a submetê-lo, dominá-lo, maltratá-lo ou mesmo a reduzi-lo a pó, se necessário. Essa clivagem não opõe o "homem" ao mundo natural, como frequentemente se afirma. É muito mais radical: ela opõe um espírito desencarnado a tudo o que, por outro lado, constitui o próprio humano, os outros homens, o próprio corpo (Jappe, 2021, p.51).

O domínio abstrato é um domínio fetichista, de uma anti-vida humana sobre a própria vida coletiva humana. Um ser humano que já se pressupõe inicialmente desvinculado socialmente, e inclusive, de si mesmo, tornando-se um sujeito; um mero “submetido” à realidade que lhe cerca, como se não fizesse parte dela. E realmente deixa de fazer parte, em certo nível alegórico, ao definir toda a sua vida, seja este burguês ou proletário, pela abstração total da forma-valor que desvincula tudo e todos para que possam ser unidos enquanto coisa-signo numa troca geral de equivalentes.

É a origem da magia do digital. É a sua forma sagrada de cisão, que por meio da iluminação transcendente da razão traria o ser humano a sua forma mais “pura” de relação pela mercadoria. As imagens em relação autônoma mediando a relação entre as pessoas sela a ordem divina. “A separação é o alfa e o ômega do espetáculo. [...] O espetáculo é a conservação da inconsciência na modificação prática das condições de existência. Ele é o seu próprio produto, e ele próprio fez as suas regras: é um pseudo-sagrado” (Debord, 2013, p.41). Por isso se trouxe a afirmação de uma “cisão que produz cisão” ($D - D' \equiv C - C'$). As abstrações do valor suprimem a própria relação que lhe funda.

A crise da modernidade e a crise do valor não são eventos separados. Este seria o fundamento material do “realismo capitalista” (Fisher, 2020); da completa falta de perspectiva para além do capitalismo no senso geral, ao mesmo tempo que se tem uma dissociação completa nas relações que compõem a sociedade. “A privatização do olhar moderno é, para o universo das imagens, um fator de anemia” (Debray, 1994, p.46). Enquanto o marxismo tradicional liga-se como nunca à transcendentalidade idealista das categorias do capital a nível ontológico, debatendo arduamente contra os filósofos pós-modernos acerca do esfacelamento do conceito de “verdade”, a própria realidade material do capitalismo de plataforma cumpriu o papel de destruí-la por completo com a sociabilidade que se seguiu com a digitalização da vida.

Não se trata de um esquematismo barato como se pode parecer inicialmente, portanto, justamente porque tais categorizações não se baseiam em ordens estáticas, mas em movimento. É sobre uma teoria do movimento do valor enquanto fetichismo que origina uma forma-estética da produção dos sentidos; da percepção social historicamente determinada por esse modo de vida. O fetichismo, portanto, é entendido aqui como uma condição que vai além da mera falta de consciência⁵⁰ dos processos de cooperação social da produção, mas como cisões por abstrações que tornam-se fundacionais à relação social da mercadoria enquanto mediação social (Postone, 2014) e que se manifestam no pensamento da modernidade pela relação com as imagens e na sua autonomização como ideologia.

Mais do que nunca, no contexto das plataformas digitais, “é preciso compreender a ideologia sob uma embocadura ontológico-dialética, isto é, não apenas como representação abstrata do real (conteúdo), mas sobretudo como forma do sujeito vivenciar o conteúdo da experiência social” (Araújo, 2021, p.481). Somado às discussões propostas, isso também pode significar que uma crítica do valor e da imagem nas mediações tecnológicas passa por compreender também que a ideologia é a expressão concreta da forma da imagem na socialização pelo valor. Por isso, é preciso revigorar a “crítica à ideologia em seu vínculo ontológico com a tecnologia, estabelecido por meio da imagem na era digital” (Araújo, 2021, p.483). *Compreender a forma-social da imagem seria portanto, é compreender como o valor induz a uma forma de percepção social que na sua cisão se expressa como um conjunto de imagens (em sentido geral, remetente à própria ideia – eidos) que passa autonomamente a significar o real, reverberando em toda a organização social capitalista pela tecnologia,*

⁵⁰ Chave de compreensão que está impregnada nas interpretações do marxismo tradicional. Sintomática à própria cisão, apresenta um nível muito pequeno e superficial do que a categoria do fetichismo e sua crítica é capaz de expressar.

assim como, por consequência, em organizações sociais que visam alternativas de resistência.

Isso reforça a discussão de Baudrillard (1995, p.216), de que a mídia induz uma relação social de abstração; separação; e por isso, efetuação da ideologia, sendo esta como a própria operação do valor de troca!

Nesta operação, tem-se uma abstração humana sobre a própria vida humana, num afastamento inorgânico, uma artificialidade que controla os sentidos do orgânico. “Esse aparato sensorial elevou o inorgânico ao orgânico, o não-vivo ao vivo” (Bookchin, s.d. p.311). Por isso, Araújo (2021, p.481) cita que o algoritmo é o não-vivo que subjuga as pessoas e traça seu destino, ao lembrar muito bem Debord. São essas imagens do não-vivo que assombram numa relação social dada por imagens a vivência virtualizada das plataformas digitais. Por isso, o entendimento das imagens é importante para compreender a relação entre o valor e a acumulação de capital pelas plataformas digitais.

Mediadora entre vivos e mortos, as imagens não cumprem tal função apenas em sentido literal daqueles que se foram, mas na modernidade capitalista mediam a relação com as abstrações que se sobrepõem socialmente e criam os laços entre uma sociedade cindida, uma “sociedade de sujeitos visíveis e a sociedade das forças invisíveis que os subjagam” (Debray, 1994, p.33). Ela exerce função de criar relações entre instâncias de significações separadas, sendo esta função “simbólica”, segundo Debray (1994, p.47), apenas uma de suas propriedades, mas que é a mais explorada pela midiologia, ao garantir uma transmissão (de sentido, de graça ou de energia), servindo de junção.

Nas plataformas digitais, as imagens estão inseridas na cisão da forma-mercadoria como signos separados que necessitam da interação humana para sua ordenação a partir de suas ecléticas atividades no olhar mediado por uma película social que filtra toda ação aos espaços cercados pertencentes à finalidade-meio da abstração dos ciclos produtivos do capital. “Olhar não é receber, mas colocar em ordem o visível, organizar a experiência. A imagem tira seu sentido do olhar, assim como o escrito da leitura; ora, esse sentido não é especulativo, mas prático” (Debray, 1994, p.42). Da mesma maneira como a obra de arte, que para ser apreensível pelo valor, inicialmente, pela sua utilidade descorporificada e ainda mais após a reprodutibilidade técnica massiva, passou a ser cercada em ambientes como museus, exposições, eventos, canais fechados, streamings; a atividade humana em seu sentido mais geral e genérico passou a ser cercada para que fosse apreensível pelo valor para além da instância do trabalho, a saber, generalizando, na figura do “usuário”, a ordem tão ignorada e trans-historicizada do consumo.

Para Baudrillard, o consumo é a instância de diferenciação que produz o sentido ao signo da mercadoria. Não obstante, segundo Marx (2011a, p.64-65), “o consumo também medeia a produção ao criar para os produtos o sujeito para o qual são produtos”. É nesse movimento que, nas plataformas digitais, os ditos “usuários” (mas também os “produtores de conteúdo” e os “trabalhadores digitais” do marketing e da gestão de dados) exercem uma função criadora ao criar não apenas espaços de consumo ou produtos para o consumo, mas criam significações e criam a si mesmos enquanto um ser social que é consumidor primeiramente e acima de tudo, já inicialmente posto sob as necessidades historicamente determinadas do valor. Posto já fundamentalmente sob uma forma dissociativa; de cisão. Por isso, “essas imagens de papel, fáceis de manipular, permitem fazer malabarismos não já com objetos, mas com unidades abstratas que poderão ser integradas, sem dificuldade, em outros tantos sistemas de equivalências e de oposições” (Debray, 1994, p.56).

Alguns pontos tratados aqui diferem de alguns pesquisadores de uma crítica da economia política da comunicação e da cultura, como exposto ainda na primeira parte, principalmente aos que encontram nas plataformas digitais um trabalho pelo olhar, em um sentido geral e universal de trabalho, como é o caso de Bucci, por exemplo, na atividade que tange ao “usuário”.

Bucci (2021, p.381-397) começa sua principal argumentação tratando da visão grega sobre o olhar, que viria de um fogo interno que incidiria sobre os objetos⁵¹, e não por uma captação de luz exterior. Reconhecendo aqui também a sofisticação de tal teoria, a sua imprecisão física é proporcional a uma precisão sociológica da percepção social. É neste olhar social, que infere uma ação às imagens do mundo, que Bucci estabelece como um tipo de trabalho por haver nesta ação um emprego de subjetividade. Para o autor não seria nem no registro em algum dispositivo (um filme, fotografia ou um quadrinho, por exemplo) que o olhar trabalhe somente, mas também no simples olhar, por “tomar parte na comunidade que opera a junção entre significados e significantes visuais” (Bucci, 2021, p.384). Continua ao dizer que a principal função da publicidade é, por consequência, fabricar sentidos visuais, sintetizando significados na semântica visual e com isso, afirma que não é apenas como consumidor que o indivíduo é requerido enquanto plateia para o espetáculo ou naquilo que o autor estabelece como “superindústria do imaginário”, mas como olhante. É neste aspecto que Bucci traça sua tese de uma mais-valia do olhar.

A partir de uma perspectiva lacaniana, Bucci se utiliza da categoria de *valor de gozo*, criados a partir de uma fábrica de signos que são colocados na psique dos sujeitos (Bucci,

⁵¹ Teoria do Raio Visual.

2021, p.387). Bucci ainda contextualiza tal processo de trabalho à forma social do valor da mercadoria ao citar Isaak Rubin:

Se o produto do trabalho só adquire valor numa determinada forma social de organização do trabalho, então o valor não representa uma "propriedade" do produto do trabalho, mas uma determinada "forma social" ou "função social" que o produto do trabalho desempenha como elo de ligação entre produtores mercantis isolados, como um "intermediário" ou um "portador" das relações de produção entre as pessoas" (Rubin, 1987, p.84).

Entretanto, com esta citação, Bucci, conclui apenas que o trabalho só produz valor quando produz mercadoria, mas não que este trabalho, portanto, equivalentemente, só advém como trabalho quando se generaliza pela forma quantitativa do valor enquanto capacidade de trabalho; enquanto trabalho abstrato. Não apenas o produto do trabalho assume a forma própria do modo de vida da modernidade capitalista, como a própria atividade humana de produzir seu modo de vida sob a forma-trabalho. Por isso Marx argumenta não apenas um duplo caráter do trabalho em concreto e abstrato, mas também em produtivo e improdutivo, não por lógicas inerentes ao trabalho em sentido genérico universal de um dispêndio de energia, mas a atividade humana que se torna trabalho sob a generalização do capitalismo. Ainda assim, Bucci argumenta que o olhar torna-se trabalho e não *apenas* no sentido da fabricação da imagem, mas no da percepção destas, citando como exemplo um extrativismo do olhar, correlato ao que se chama de extrativismo de dados em discussões sobre “economia da atenção”. Assim, ele infere que existe uma dupla mercadoria num objeto, o objeto em si e a imagem do objeto, sendo esta imagem ela mesma uma mercadoria quando trabalhada para ser somada ao corpo de uma mercadoria que precise de fisicalidade. Numa interessante conclusão, diz que o indivíduo consome o sentido da imagem e não o bem corpóreo (Bucci, 2021, p.392). Com isso, o autor afirma que o signo não só altera a relação da mercadoria e o sujeito, mas é em si uma mercadoria, que ganha sentido próprio e de que o valor de troca decorreria, portanto, neste sentido que viria do que chamou de *valor de gozo*⁵² (Bucci, 2021, p.393). Com isso, Bucci encerra afirmando que não há mais limites entre o lazer e o trabalho, que o lazer está extinto e apenas existe numa dimensão imaginária, evocando Adorno e Horkheimer que afirmam um “prolongamento do trabalho” na diversão, e que, por isso, para ele, “consumir para ostentar é trabalhar” ao “expor a imagem da mercadoria ao olhar social”.

⁵² O problema de tal linha, mesmo com as evidentes colaborações, é que se aproxima muito da escola austríaca e sua simplificação numa teoria subjetivista do valor, que não abre espaço para uma compreensão material da imagem enquanto percepção social historicamente determinada. Bucci chega a afirmar que Marx não seria suficiente para esclarecer tal questão, o que não seria problema, se não fosse, entretanto, como veremos no desenvolvimento a seguir, a existência ainda de dimensões críticas abordadas pelo próprio Marx e aprofundadas por autores subsequentes, sendo uma delas a ignorada e universalizada dimensão do consumo e da necessidade social, assim como do valor de uso e a lógica da utilidade atrelada a este ciclo de consumo da mercadoria.

O problema trazido aqui ainda resiste, entretanto, pois segundo Marx (2011a, p.64-65), é de maneira dupla que o consumo produz a produção: a primeira, é no sentido potencial da mercadoria, em que uma roupa, um carro, uma casa, só cumpre a sua função utilitária e se faz realmente roupa, carro ou casa no momento em que é posta em ação como tal, quando é vestida, dirigida ou morada; mas na segunda, que se separa de forma abstraída da primeira sob a lógica do valor, é que este consumo determinado, separado da apreciação da coisa em si, mas posto idealmente na troca, produz a necessidade social nova à produção, impulsionando esta como um fundamento ideal. “O consumo cria o estímulo da produção; cria também o objeto que funciona na produção como determinante da finalidade” (Marx, 2011a, p.64-65). Esta última dimensão pode muito bem ser confundida com uma dimensão natural de consumo produtivo tal qual as máquinas se utilizam de uma matéria-prima “consumida” na produção de mercadorias, entretanto, este “consumo produtivo” do indivíduo está inserido no pressuposto da produção enquanto instância de determinação da necessidade social abstrata do valor.

Não é em vão, portanto, que a ideia de “extração” de uma “matéria-prima” na ordem de produção de dados surja como a resposta mais aparente. Esta ideia parte da velha desvinculação da riqueza social, transformando a riqueza abstrata na forma do valor como a forma da riqueza em seu sentido geral a trans-histórico como já criticou o citado Postone (2014) nos anos 1990. Nesta visão, as plataformas extraem dos seres humanos um insumo humano mágico puro e inerente da atividade social que acaba por ser cooptado e capturado pelo capital. Numa visão crítica da riqueza abstrata, na produção de dados, a atividade humana deixa de ser atividade humana para se transformar numa instância abstrata subsumida na forma do valor pelo consumo. Na primeira, tal aspecto confunde absolutamente toda atividade humana sob a ordem conceitual do trabalho, pois é assim que ela aparece na lógica interna. Na segunda, a atividade humana é resumida à forma do trabalho justamente por se integrar generalizadamente à forma de mediação social do valor, não pelo trabalho, mas pelo consumo atrelado a este trabalho, que cria artificialmente as cisões imanentes do valor num mesmo sentido ao subsumir toda atividade à sua capacidade potencial de uma atividade impessoal na forma de dados quantificáveis. O espetáculo consiste no movimento de transubstanciação que retoma “em si tudo o que existia na atividade humana no estado fluido, para possuir no estado coagulado” (Debord, 2013, p.45)

Nos debates sobre as plataformas digitais se tornou comum uma visão de “desejo” individual como elemento puro capturado pelas malvadas empresas de tecnologia, mas que também se reflete numa redução psicológica. Entretanto, o que se busca ver aqui, é que as próprias tecnologias estão integradas na reprodução de um tipo próprio de necessidade

social⁵³. Mas se a produção de dados pelas plataformas digitais não se basearia em um insumo imagético inato do indivíduo, mas de uma constituição da sua percepção social por uma necessidade atrelada à forma-valor, como tais atividades são circuladas e transubstanciadas ao capital enquanto relação social? De forma simples o que se quer dizer é: como a produção de dados pode passar a significar a riqueza social pela forma-valor em detrimento da produção da atividade geral humana? É preciso compreender esta transubstanciação atrelada às mercadorias enquanto instância de consumo, na mercadoria para além do objeto realizado em produto, mas como relação social dominante.

Continuamos ainda na vulgata política: a cultura anexada e manipulada pela classe dominante. A mesma coisa se diz para as “necessidades”, o “consumo”, os lazeres ou o sexo. A classe dominante teria de algum modo direito da “primeira noite” sobre a cultura. Não contente com explorar os “jazigos de mão de obra”, exploraria os jazigos de signos, os sistemas de valores, para embaralhar a luta de classes e mistificar as consciências proletárias. Mas de onde vêm estes signos? Estarão eles já nas coisas, numa natureza social, de tal modo que bastaria apoderar-se deles? Visão mágica. E como podem os signos, os mitos articular-se sobre uma condição objetiva, social e econômica, para lhe perturbar o sentido? (Baudrillard, 1995, p.129).

A produção de dados e a sua função para o atual cenário de acumulação de riqueza da modernidade capitalista, a partir de Baudrillard (1995, p.74), pode ser visto no fato de que o lazer, neste contexto, não é dado como uma necessidade de lazer, não é fruição de um “tempo livre” posto em apreciação, mas simplesmente um consumo de um oposto, um consumo de “tempo improdutivo”. Ou seja, o consumo no capital não aparece na apreciação de um tempo livre, mas em função determinada da produção de valor enquanto fruição; enquanto tempo gasto. “É o momento de uma produção do valor, de uma produção estatutária, e o indivíduo social não é ‘livre’ de lhe escapar. Ninguém tem necessidade de lazer, mas todos são obrigados a prestar provas da sua disponibilidade relativamente ao trabalho produtivo” (Baudrillard, 1995, p.74). A forma social da imagem pelo valor se centralizaria aqui na medida em que toda a produção cultural, da arte ao conhecimento, dos aspectos mais

⁵³ Tal abordagem presente em Marx é corroborada por autores como Postone, em resposta a uma visão neutra e desenvolvimentista das tecnologias, ao afirmar que: “a teoria crítica de Marx, como expressa nesses trechos dos Grundrisse, não é uma forma de determinismo histórico, mas trata a tecnologia e os processos de produção como socialmente constituídos, no sentido de que são conformados pelo valor. Não se deve, portanto, identificá-los com a sua noção de forças produtivas que entram em contradição com as relações sociais capitalistas. Ainda assim, eles incorporam uma contradição: a análise de Marx distingue a realidade da forma de produção constituída pelo valor e seu potencial — que serve como base da possibilidade de uma nova forma de produção” (Postone, 2014, p.44).

hegemônicos às expressões mais contraculturais, seriam produzidas como signos⁵⁴, produzidas como forças produtivas (Baudrillard, 1995, p.90).

Poderíamos dizer o inverso de Bucci, portanto, ou seja, que não é apenas como olhante que o indivíduo é requerido como plateia para o espetáculo, mas como consumidor. A utilização do olhar físico para compreender o olhar da percepção social é proporcionalmente invertida à tentativa grega de compreender absurdamente o olhar físico pela percepção social. Isso se liga a relação que se traçou ainda na primeira parte, de uma imagem visual e uma imagem geral, sendo a primeira ligada a uma relação física/química, enquanto a outra está ligada a fluxos sociais de pensamentos, no que a séculos vem se desenvolvendo no acúmulo de conhecimento humano como “imaginário” – que em seu desdobramento próprio renderia uma pesquisa a parte. O problema de uma abordagem que tenta complexificar a produção de dados, seja na figura dos produtores e gestores, seja na dos usuários das plataformas digitais, se dá na medida em que a imagem enquanto signo não é um elemento próprio da imagem em sentido físico e químico que se apreende dos objetos, mas da relação que se tem *pelos* objetos⁵⁵ como produtos da percepção social de forma histórica. Pode-se dizer que as imagens emanam do mundo, mas é nos fluxos sociais de pensamento que vêm a ser de fato imagens, estando, portanto, determinadas e determinantes à forma social que guia tais fluxos.

O consumo como condição específica do valor se dá pela necessidade social que a riqueza abstrata do valor impõe historicamente. “São os processos e o trabalho da lógica social inconsciente que é necessário encontrar por debaixo da ideologia consagrada do consumo” (Baudrillard, 1995, p.58). O ato criador de sentido da percepção social se for analisado mesmo a partir de uma complexificação das imagens, pode cair numa generalização trans-historizada do trabalho capitalista. O objeto de consumo no capitalismo, separado de uma definição simbólica integrada, ganha sentido no movimento de diferenciação com outros objetos (Baudrillard, 1995, p.60). A própria imagem se torna por isso consumível enquanto mercadoria-signo.

É no momento do consumo que o valor, ao ser “destruído” pela troca, retorna ao que era no fundamento da cisão imagética que lhe funda. Retorna conferindo tanto ao objeto da produção quanto ao próprio indivíduo uma relação perceptiva, estética, de sentido, na

⁵⁴ Como já se tratou no desenvolvimento das partes anteriores, segundo Baudrillard, seria enquanto signo que a mercadoria expressaria sua imagem numa relação equivalente e diferencial com outros signos; com outras mercadorias, sendo este processo, no consumo, um movimento de produção de sentido – tal processo poderia ser pensado nos laços sociais enquanto numa relação social em que as pessoas se colocam como consumidores ou abstratamente como capacidade de trabalho; como mercadoria; como signo; e por meio de tal processo conduzem seus movimentos de diferenciação e significação.

⁵⁵ A própria perda da relação enquanto fundamento da análise já é sintomática à cisão realidade/imagem que se trata aqui.

forma-mercadoria como “valor/signo” (Baudrillard, 1995) ou como se disse, buscando uma interpretação do fenômeno pelas palavras de Marx, um valor de uso cindido em realidade e imagem, um “valor de uso social” que, justamente como instância social imagética, produz um movimento específico da mercadoria numa forma-estética de produção de sentido. Por tal movimento de produção de sentido que se poderia compreender que o consumo não se daria portanto numa instância neutra da vida que apenas é cooptada pela mercadoria, mas é a instância na qual a mercadoria se manifesta enquanto realização tanto de si mesma quanto do indivíduo consumidor, ou seja, a si mesma enquanto valor de uso e o indivíduo isolado enquanto relação social que lhe incute uma categoria social que se constroi como consumidor, como bem ressoa Baudrillard (1995).

O desejo é abstraído e parcelado em necessidades para o tornar homogêneo aos meios de satisfação (produtos, imagens, objectos-signos, etc.) e assim multiplicar a consumatoriedade. [...] Necessidade e trabalho aparecem, deste modo, como as duas modalidades de uma mesma exploração das forças produtivas. O consumidor saturado aparece como metamorfose enfeitada do produtor assalariado (Baudrillard, 1995, p.86).

O consumo está embebido, no capitalismo, por um estatuto de utilidade, que pela necessidade social do valor se abstrai enquanto desejo inato do indivíduo que participa socialmente como um consumidor: devorador de mundos e criador de fantasias. É aí que reside a natureza dos dados como “matéria-prima”, mas que apenas o é apenas enquanto atividade viva reduzida a valor de uso para o capital, mesmo que nesta atividade esteja ausente o trabalho concreto imediato – e é neste aspecto que reside a contradição inerente ao desenvolvimento do valor e sua inadequação crescente como forma da riqueza social.

Tais instâncias nas plataformas digitais são interpretadas como trabalho, pois aí já se convencionou entender como lugar da dominação do capital, enquanto o consumo é entendido como uma instância neutra; livre; universal; no máximo cooptada. Mas as próprias relações por meio das imagens digitais impõem uma estranheza a essa neutralidade complexa que, problematizada pela produção de dados, só poderia, por simples tradição dogmática, ser entendida como “trabalho”, em sentido concreto; fisiológico. Porque estes só poderiam ser entendidos assim enquanto trabalho capitalista, trabalho abstrato, e isto traz à discussão do tema um arremate muito mais profundo, e porque “longe de ser o indivíduo a exprimir as suas necessidades no sistema econômico, é o sistema econômico que induz a função/indivíduo e a funcionalidade simultânea dos objetos e das necessidades” (Baudrillard, 1995, p.164-165). Por isso, o consumo também precisa ser entendido como mecanismo de poder, não como instância neutra e nem como meramente alienado ou cooptado, mas como condição própria simultâneo ao trabalho como prática social das mercadorias (Baudrillard, 1995, p.88). Este

consumo é um pressuposto do trabalho como abstração tal como a virtualidade dissociada e indireta da troca também é para a produção da mercadoria. “Na ordem econômica, é o domínio da acumulação, da apropriação da mais-valia, que é essencial. Na ordem dos signos (da cultura), é o domínio do dispêndio, ou seja, da *transubstanciação* do valor de troca econômico em valor de troca/signo, a partir do monopólio do código, que é decisivo” (Baudrillard, 1995, p.130-131, grifo nosso). Isto ocorre pois, como se viu até aqui, é este valor de troca/signo, como nomeia Baudrillard (que se chamou aqui em outros momentos de um “valor de uso social” em referência a Marx, como dimensão imagética potencial que pela troca da mercadorias se cinde abstratamente da corporeidade simbólica de um objeto humano produzido como coisa social), que servirá de pressuposto para a realização do valor de troca nos ciclos virtuais de acumulação de capital.

Considerações Finais

Nesta pesquisa explorei a problemática da acumulação de capital pelo atual cenário de produção de dados, a partir de uma perspectiva crítica das relações entre valor e imagem, buscando novos horizontes interpretativos para o fenômeno. Considerando o campo da crítica da economia política aplicada às tecnologias da comunicação e informação, apresentei uma descrição concernente a algumas interpretações principais acerca da atividade humana nas plataformas digitais, que fundamentam definições sobre “trabalho” e “consumo” neste cenário. No geral, essas interpretações tratam da mesma questão: de onde provém o valor econômico e o lucro das empresas de tecnologia? Vimos que alguns autores propõem uma noção de “trabalho digital” que abarca toda atividade humana nessas tecnologias como “produtoras de valor”. Isso, todavia, apresentaria algumas lacunas para a complexidade dos processos que envolveriam as categorias da crítica de Marx ao capital. Vimos que esta atividade humana não se resumiria numa “extração”, mas numa produção que pressupõe um mecanismo maquinico posto sob a função de produzir e acumular dados, o que quer dizer que a experiência social estaria condicionada a acumulação de capital como forma-social atrelada à tecnologia. A atividade humana geral, representada na figura do usuário-consumidor, passaria a fazer parte da engrenagem da maquinaria sob a qual os poucos trabalhadores assalariados produtores de valor na indústria de dados e tecnologia, indústria cultural e publicidade, amparariam a sua atuação. Explorei em muitas páginas esta premissa, mostrando, a partir de uma perspectiva de crise do valor, como estes aspectos da tecnologia digital estão atrelados ao próprio movimento histórico da forma-mercadoria.

Descrevi como a produção de dados se estabelece na indústria cultural como condição imanente da contradição interna do próprio desenvolvimento do valor nas relações sociais. Nesta condição, o capitalismo em crise interna das suas principais categorias, serviria como respaldo às atuais crises filosóficas que permeiam os debates sobre a modernidade. Cisões históricas de raça, de sexo e gênero, de classe, etnia, natureza que fundamentam a modernidade desde a expoente iluminsita, apresentariam contradições na própria materialidade do desenvolvimento histórico dessas relações. Essas cisões, como vimos em autores ligados à crítica do valor, nos serviu para encaminhar uma análise sobre a imagem como obtendo uma forma específica na percepção social que se apresentaria logo na relação mais basilar e abstrata da forma-mercadoria, naquilo que se chamou de uma cisão do valor de uso, em um valor de uso intrínseco e um valor de uso social, que denotaria a historicidade desta categoria tão universalmente considerada.

Algo a se destacar sobre este debate, é que acredito que ele viabiliza a investigação sobre as mídias para além delas mesmas, o que talvez depois de Benjamin, apenas Debord tenha tratado conscientemente de modo tão aprofundado. Claro que os estudos na área avançaram drasticamente ao longo das décadas, mas o que quero dizer é que um estudo da percepção social tal como Benjamin os trata, a partir das características próprias da socialização capitalista nos seus meandros mais substanciais da relação social, não pela mídia em si, pelo conteúdo desta ou pelas fabricações e consumos da cultura, mas na inerente correlação da forma-social com o próprio surgimento da mídia – como faz Benjamin sobre o cinema –, poderia ser retomado pelo caminho da percepção social da forma-mercadoria – o que renderia abordagens críticas sobre os ainda pouco explorados quadrinhos ou os consideravelmente recentes jogos de videogame. Não coincidentemente, liberou-se ao mundo, nos seus próprios progressos industriais, o nascimento destas mídias, na própria constituição estética e semiótica da socialização pelo valor. Tais explorações poderiam ser feitas por um caminho de análise da teoria estética e da semiótica da mercadoria que rascunhei aqui, mas que não caberiam ao atual estágio de pesquisa, em autores como Umberto Eco, Bakhtin e outros, dentre eles o próprio Baudrillard, que sem acomodar-se em qualquer ciclo marxista é, ainda hoje, comumente lançado para um lado e para o outro do buraco negro da pejorativa taxação de “pós-moderno”.

Por último, analisei a forma específica da imagem na percepção social como manifestação imanente e histórica da forma-mercadoria, por isso, vimos que isto poderia trazer uma outra interpretação sobre os dados e da própria função das relações sociais mediadas por imagem nas plataformas digitais que se expressa por esses dados, servindo para a forma-mercadoria em sua acumulação de riqueza. O consumo não seria uma instância neutra a ser meramente instrumentalizada para a pesquisa, nem mesmo uma dimensão a ser moralizada, como alguns críticos tentam fazer ao tratar da sua imposição pelo capitalismo, que de alguma forma deturparia esse momento da vida social. O que vimos, de fato, é que o consumo enquanto fruição possui, tal qual a produção, a sua forma própria na historicidade das relações, e que, ao menos pela mercadoria, age como campo de significação por meio do movimento do valor. Este movimento, no recorte que evidenciei na produção de dados, pertenceria à inclusão da atividade humana geral na maquinaria, cumprido este aspecto de significação nas engrenagens dos mecanismos de autovalorização do valor. É claro que o assunto não se encerra aqui, mas abre espaço para a discussão com outras bibliografias, brasileiras e estrangeiras, que poderiam suscitar provocações e melhores afirmativas sobre as hipóteses que se traça neste texto, e é isso o que pretendo fazer em artigos subsequentes.

Na analogia que tracei sobre o conto do rei Midas, podemos observar uma bela ilustração do que chamamos de “transubstanciação” de um tipo de riqueza social dado pelas relações vivas, e uma riqueza social que se abstrai das relações e se impõe sobre elas. O poder e ao mesmo tempo maldição do toque de ouro que o capitalismo do século XXI passou a ter, de transformar toda atividade humana em dados para os seus ciclos de autovalorização, são o fator que apontaria para a própria inadequação do valor para além dos seus impulsos de financeirização. Em uma versão da história que poderia ser encontrada, Midas morre com a maldição do toque de ouro. Podemos ver este destino na destruição contínua da natureza, sob consequências que afetam até mesmo o próprio projeto de agronegócio, por exemplo, que sofre do próprio mal que causa pela sua pulsão produtiva de monocultura – que serve unicamente para atender a quantidade massiva de *commodities* para a exportação para atender a indústria global. Enchentes; tempestades de areia; ilhas de calor históricas. Além disso, as guerras corporativas entre Estados, mas cuja a influência da indústria das armas e das próprias tecnologias digitais lucram como nunca, anunciam a iminência recorrente de guerras nucleares devastadoras, mesmo com a anestesia midiática que suplanta a indiferença dos mortos-vivos do digital. Sobre isto, para encerrar, sugiro um último caso que provocaria objetos futuros.

Bucci (2021), um dos autores que dialoguei nesta pesquisa, traça uma crítica a Debord por um visão que este teria sobre uma ideia de “falsa consciência”. Bucci entende a inferência de Debord num campo de discurso e, por isso, para ele, o autor seria no mínimo ingênuo em suas conclusões, apesar do válido e rico diagnóstico sobre o espetáculo. Sob estes aspectos, o espetáculo poderia ser dissolvido em uma sala de aula (Bucci, 2021, p.337). Todavia, como vimos na relação entre valor e imagem, não é sobre discurso que Debord está falando, não é nem sobre ideologia como um “sistema de ideias”, mas como forma histórica da própria percepção social sob a forma-mercadoria! Por isso a inconsciência que o espetáculo conserva está na “modificação prática das condições de existência” (Debord, 2013, p.41). É sobre esta modificação prática que Bucci e parte do marxismo tradicional é incapaz de perceber, agindo sempre sob uma ideia de apropriação das condições existentes, seja dos meios técnicos ou das instituições políticas na organização social.

Bucci parte de preceitos psicanalíticos como se fossem universalizantes para criticar Debord, enquanto Debord está tratando das condições próprias da materialidade da existência social pela mercadoria. Sem reconhecer esta dimensão, parece para Bucci que há uma contradição em Debord, que não soube tratar as conclusões de seu diagnóstico em seus próprios termos, como se buscasse uma panfletagem em vez de seguir a sequência lógica de

seu diagnóstico sobre o espetáculo. Mas o que Debord aponta é que esta forma de percepção social da mercadoria está posta na própria organização social, nas instituições, nos meios técnicos. A única mudança concreta para o espetáculo como controle total da atividade humana para a socialização pelo valor, seria a busca pela libertação dessa própria atividade humana que se daria por uma transformação não do conteúdo das instituições ou da tecnologia, mas das condições de socialização. Não se trataria de “falsa consciência” *apenas* no sentido de uma consciência apriorística que se encontra enganada, mas de uma consciência que *é* falsa; que é fruto da cisão realidade/imagem, do isolamento do espírito do sujeito da modernidade do seu próprio corpo físico e do corpo social que lhe constitui.

Separadas são, também, as próprias instituições. Bucci, sem perceber, de maneira sintomática às mesmas argumentações que Debord faz, defende a democracia liberal como idealização da democracia total e como único campo de disputa. Para Bucci, Debord não resolve o problema na teoria e sobre essa pecha panfletária, evoca os Conselhos como solução sem considerar o espaço público, que sequer apareceria em seu texto. Mas não seria, nestes termos, justamente o espaço público o espaço do espetáculo? Contraditoriamente às próprias citações que incorrem a Debord, Bucci o acusa gravemente de “não contemplar a política em seu horizonte democrático”, pois aqui se entende o Estado liberal democrático de direito. Conclui desaprovando que Debord não vê na democracia e seus espaços públicos nenhum horizonte confiável. Mas Debord não está propondo dentro dos horizontes institucionais da mercadoria, está querendo ir além dela, quer transformar os prédios do Estado em nada além de prédios; o dinheiro em nada além de papel. É sobre a representação que Debord traça a sua crítica da mercadoria, em que a democracia tal qual a consciência, não é uma falsa democracia, ou seja, uma democracia meramente cooptada, mas é a própria falsificação do fazer prático democrático em mera representação. Por isso, Bucci simplifica para si e apenas para si, um dos maiores avanços teóricos e organizativos que a teoria de Debord poderia trazer:

Emancipar-se das bases materiais da verdade invertida, eis no que consiste a auto-emancipação da nossa época. Esta “missão histórica de instaurar a verdade no mundo”, nem o indivíduo isolado, nem a multidão atomizada, submetida às manipulações, a podem realizar, mas ainda e sempre a classe que é capaz de ser a dissolução de todas as classes, ao reduzir todo o poder à forma desalienante da democracia realizada, o Conselho, no qual a teoria prática se controla a si própria e vê a sua ação. Lá, somente, onde os indivíduos estão “diretamente ligados à história universal”; lá, somente, onde o diálogo se estabeleceu para fazer vencer as suas próprias condições (Debord, 2013, p.149).

Na analogia do conto de Midas, há a transubstanciação de tudo o que existe em ouro, como forma da expressão daquilo que é a riqueza para o rei, que vê logo que esta abstração

não supriria suas condições mais essenciais. A sociedade sob a forma do capital está em tal posição, mas esta expressão abstrata tem aparecido como condição patológica da própria riqueza social. Longe de apresentar um salto lógico ou uma panfletagem barata, o que Debord nos propõe é uma consequência lógica daquilo que poderia significar o ato de Midas de se lavar no rio Pactolo, de certa maneira, devolvendo a uma outra relação com a natureza todo o sentido da riqueza social. “Dali por diante, Midas, odiando a riqueza e o esplendor, passou a morar no campo, longe da cidade, e a cultuar Pã, o deus dos campos” (Bulfinch, 2018. p.55). Essa pesquisa aponta para debates organizativos, muitos que permeiam as próprias consequências lógicas de interpretações dos estudos sobre as plataformas digitais pelas categorias da crítica da economia política.

Tal como o rei Midas, é apenas na modificação prática das nossas condições de existência que poderemos pensar uma potencialidade emancipatória para as tecnologias. Tecnologias não para a consciência racional do mundo; tecnologias para a confluência. Suplantação não mais da riqueza abstrata do valor, mas que nas entranhas de um mundo morto germine as condições da riqueza social realizada para um novo mundo, nos impulsos organizativos que insistam em conduzir aquilo que, da produção material às significações, se perdeu na prática social: vida.

Referências

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ARAÚJO, Wécio Pinheiro. **A estranha objetividade do valor: trabalho, ideologia e capital no pensamento de Marx**. Trilhas Filosóficas. Caicó, ano 11, n. 3, Edição Especial, 2018, p.157-175.
- ARAÚJO, Wécio Pinheiro. **A ideologia na era digital: a imagem e os algoritmos como formas tecnológicas de dominação social**. *ethic@*, Florianópolis, v. 20, n. 2, 461-488. Ago. 2021
- ASSIS, Machado. **Quincas Borba**. Editora Martin Claret, 1ª edição, São Paulo: 2021.
- AUMONT, Jacques. **A imagem**. 7ª edição, Campinas: Papirus Editora, 2002.
- BARRETO, Eduardo; VENTURA, Taylini. **Crise do valor: distintas interpretações e uma síntese possível**. Verinotio - Revista on-line de Filosofia e Ciências Humanas, ano XXI, nº22, 2016.
- BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica da economia política do signo**. Lisboa/São Paulo: Edições 70/Livraria Martins Fontes, 1995.
- BAUDRILLARD, Jean. **Tela Total: Mito-Ironias do Ritual e da Imagem**. 5ª edição, Porto Alegre: Sulina, 2011.
- BELTING, Hans. **Por uma antropologia da imagem**. Revista Concinnitas, [S. l.], v. 2, n. 8, p. 64–78, 2020. Disponível em: <
<https://www.e-publicacoes.uerj.br/concinnitas/article/view/55319>>. Acesso em: 26 jan. 2024
- BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Era da sua Reprodutibilidade Técnica**. Porto Alegre: L&PM, 2015.
- BEZERRA, Arthur Coelho. **Tecnologia e trabalho precarizado: crítica da economia política do capitalismo digital**. Revista O Social em Questão - Ano XXVII - nº 58 - Jan a Abr /2024
- BOLAÑO, César; BASTOS, Manoel. **Um Pensamento Materialista em Comunicação**. In: O campo da comunicação: epistemologia e contribuições científicas, p.165-187, org: DEL BIANCO, Nelia; LOPES, Ruy, Socicom, 2020.
- BOLAÑO, César; VIEIRA, Eloy. **The Political Economy of the Internet: Social Networking Sites and a Reply to Fuchs**. Television & New Media, Vol. 16(1) 52–61, 2015.
- BUCCI, Eugênio. **A superindústria do imaginário: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

BULFINCH, Thomas. **O Livro de Ouro da Mitologia: História de Deuses e Heróis**. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2018.

DANTAS, Marcos; MOURA, Denise; RAULINO, Gabriela; ORMAY, Larissa. **O Valor da Informação: de Como o Capital se Apropria do Trabalho na Era do Espetáculo e da Internet**. São Paulo: Boitempo, 2022.

DANTAS, Marcos. **Semiótica da mercadoria: para uma introdução à economia política do signo**. Revista Eptic. Vol. 20, nº 1, jan-abr. 2018.

DEBRAY, Régis. **Vida e Morte da Imagem: Uma História do Olhar no Ocidente**. Petrópolis: Vozes, 1993.

DELEUZE, Gilles. **Post-scriptum sobre as sociedades de controle**. Conversações: 1972-1990. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992, p. 219-226.

EXIT! **Crítica do capitalismo para o século XXI. Com Marx para além de Marx: o Projeto Teórico do Grupo "EXIT!"**. 2007, Disponível em: <
http://www.obeco-online.org/exit_projecto_teorico.htm >

FAUSTINO, Deivison; LIPPOLD, Walter. **Colonialismo Digital: Por uma Crítica Hacker-Fanoniana**. São Paulo, Boitempo, 2023.

FERRARI, Terezinha. **A Fabrilização da Cidade e Ideologia da Circulação**. 2ª edição. São Paulo: Coletivo Editorial, 2008.

FIGARO, Roseli. **Datificação das materialidades sensíveis: captura das atividades cotidianas de trabalhadores da comunicação**. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación Nº 157, dez 2024 - mar 2025.

FISHER, Mark. **“Uma revolução social e psíquica de magnitude quase inconcebível”: os interrompidos sonhos aceleracionistas da cultura popular**. 2013. Tradução: Victor Wolfenbüttel e Leonardo Foletto, Baixa Cultura, 2013. Disponível em: <
<https://baixacultura.org/2024/05/16/os-interrompidos-sonhos-aceleracionistas-da-cultura-popular/> >

FISHER, Mark. **Realismo capitalista: é mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo?** 1. ed. São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

FUCHS, Christian; SEVIGNANI, Sebastian. **What is Digital Labour? What is Digital Work? What's their Difference? And why do these Questions Matter for Understanding Social Media?** TripleC: communication, capitalism and critique, Vol.11, nº 2, 2013.

JAMESON, Frederic. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 2006.

JAPPE, Anselm. **As Aventuras da Mercadoria: Para Uma Nova Crítica do Valor**. Lisboa: Antígona, 2006.

JAPPE, Anselm. **A Sociedade Autofágica: capitalismo, desmesura e autodestruição**. São Paulo: Elefante, 2021.

JAPPE, Anselm. **Vivos e mortos na crítica do valor: Algumas teses apressadas sobre o estado atual da crítica do valor**. 2024. Disponível em: < <https://zeroaesquerda.com.br/index.php/2024/10/07/vivos-e-mortos-na-critica-do-valor-algumas-teses-apressadas-sobre-o-estado-atual-da-critica-do-valor-anselm-jappe/> >

KANGAL, Kaan. **Discussões marxistas na Economia Digital: uma crítica a Christian Fuchs**. tradução: BASTOS, Manoel Dourado; BERNARDI, Guilherme. Revista Eptic, Vol. 22, nº 2, mai-ago. 2020.

KROPOTKIN, Piotr. **A Conquista do Pão**. Rio de Janeiro: Achiamé, 2011.

KURZ, Robert. **A Crise do Valor de Troca**. Rio de Janeiro: Consequência Editora, 2017.

KURZ, Robert. **A Democracia Devora seus Filhos**. Rio de Janeiro: Consequência Editora, 2020.

KURZ, Robert. **A Indústria Cultural no Século XXI**. O Beco, 2010. Disponível em: < <http://www.obeco-online.org/rkurz406.htm> > consultado em 26/01/2024.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia**. Rio de Janeiro: editora UFRJ, 1997.

MARQUES, Rodrigo Moreno. **Trabalho, informação e conhecimento: relendo Marx na era da informação**. Filosofia da informação, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p.47-71, set. 2015/fev. 2016.

MARX, Karl, ENGELS, Friederich. **A Ideologia Alemã**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

MARX, Karl. **Grundrisse**. São Paulo: Boitempo, Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2011a.

MARX, Karl. **O Capital: Crítica da economia política. Livro 1: O processo de produção do capital**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2011b.

MARX, Karl. **O capital: crítica da economia política. Livro II: o processo de circulação do capital**. São Paulo: Boitempo, 2014.

MARX, Karl. **O capital: crítica da economia política. Livro III: o processo global da produção capitalista**. São Paulo: Boitempo, 2017.

MARX, Karl. **Sobre a Questão Judaica**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2010.

MÉSZÁROS, István. **Para Além do Capital: Rumo a uma Teoria da Transição**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2011.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política.** São Paulo: Ubu Editora, 2018.

NAPOLI, Philip; CAPLAN, Robyn. **Porque empresas de mídia insistem que não são empresas de mídia, por que estão erradas e porque isso importa?** São Paulo: Revista Parágrafo, v. 6, n. 1, p. 143-163, jan./abr, 2018

ONTOCAST 71: **A Crítica do Valor Ausente em "O Estado e a Revolução" de Lênin.** Entrevistado: Paulo Henrique Furtado de Araújo. Entrevistador: Gabriel Carvalho. 24 set. 2022. Podcast. Disponível em: <
<https://open.spotify.com/episode/54c9cV7YYIZBiifUbBg1n7?si=3460166a30984df9> >

PACHECO, Danillo Freire; SOUZA NETO, Manoel Gustavo de. **Walter Benjamin: rememoração e imagem dialética.** Revista Eletrônica Trilhas da História, v. 12, n. 23, 2023.

POSTONE, Moishe. **Tempo, Trabalho e Dominação Social.** São Paulo: Boitempo Editorial, 2014.

QUIJANO, Aníbal. **Colonialidade do Poder, Eurocentrismo e América Latina.** Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2005. Disponível em: <
https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/sur-sur/20100624103322/12_Quijano.pdf >

RUBIN, Isaak Illich. **Teoria Marxista do Valor.** São Paulo: Editora Polis, 1987.

SADOWSKI, Jathan. **When data is capital: Datafication, accumulation, and extraction. Big data & society,** v. 6, n. 1, p. 205, 2019.

SANTOS, Verlane. **Um diálogo com os Estudos Culturais, a partir da EPC.** Revista Eptic, vol.21, nº2, 2019.

SRNICEK, Nick. **Platform Capitalism.** Cambridge: Polity Press, 2017.

SCHOLZ, Roswitha. **O Valor é o Homem.** 1996. Disponível em: <
<http://www.obeco-online.org/rst1.htm> >

SCHOLZ, Roswitha. **Crítica do valor à moda antiga. Notas sobre o conservadorismo de esquerda de Anselm Jappe.** 2024. Disponível em: <
http://www.obeco-online.org/roswitha_scholz42.htm >

VAN DIJCK, José. **Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology.** Surveillance & Society 12 (2): 197-208, 2014.

VÁRIOS AUTORES. **O livro da mitologia.** 1. ed. São Paulo: Globo Livros, 2018.

VIEIRA PINTO, Álvaro. **O conceito de tecnologia. Vol. I.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.