CATEDRAIS PROFANAS DO ALGORITMO: UMA LEITURA BENJAMINIANA DA FANTASMAGORIA, DAS IMAGENS DE DESEJO E DO COTIDIANO NOS GURUS DIGITAIS JURÍDICOS

Lucilio Linhares Perdigão de Morais

Resumo

O presente ensaio teórico examina o fenômeno dos influenciadores digitais que atuam no campo jurídico brasileiro, doravante denominados gurus digitais jurídicos, à luz das categorias formuladas por Walter Benjamin em sua obra inacabada Passagens. Tem-se como objetivo discutir em que medida a estrutura conceitual benjaminiana (fantasmagoria, imagem de desejo e cotidiano colonizado pela mercadoria) oferece chave analítica produtiva para a compreensão da apropriação da ideologia do management pelo Direito por meio das redes sociais digitais. Metodologicamente, trata-se de pesquisa qualitativa de natureza teórico-conceitual, desenvolvida sob a forma de ensaio crítico que articula a leitura das Passagens com a literatura crítica dos estudos organizacionais sobre a indústria do management. Argumenta-se que o feed do Instagram opera como passagem do século XXI, que o guru digital cumpre função análoga à do Grandville benjaminiano, e que o algoritmo substitui o véu da multidão na produção da fantasmagoria. Como resultado, propõe-se que a leitura benjaminiana, além do diagnóstico, indica um caminho para o despertar coletivo, condição para a recuperação da dimensão histórica e política subtraída ao campo jurídico pelo discurso empreendedor.

Palavras-chave: Walter Benjamin. Fantasmagoria. Ideologia do management. Influenciadores digitais jurídicos. Estudos organizacionais críticos.

Introdução

A emergência, nos últimos anos, de uma figura curiosa no campo jurídico brasileiro tem suscitado, em alguns observadores, mais incômodo do que análise. Trata-se do profissional do Direito que, em vez de se apresentar como jurista, define-se como empresário de si, vendendo cursos, mentorias, métodos milagrosos de faturamento e receitas de sucesso profissional e pessoal. Tal figura, designada neste ensaio como guru digital jurídico, ocupa hoje espaço de visibilidade considerável em plataformas como o Instagram, alcançando audiências que ultrapassam, em muitos casos, a marca dos milhões de seguidores.

O fenômeno, embora aparentemente novo, é, sob exame mais cuidadoso, a manifestação contemporânea de um processo de longo curso: o da progressiva apropriação, pelos diversos campos da vida social, da ideologia do management, sistema simbólico que naturaliza determinados valores empresariais (performance, eficiência, competitividade, inovação, flexibilidade) como universalmente válidos e aplicáveis a todas as esferas da existência (PAES DE PAULA, 2003; WOOD JR., 2001; PARKER, 2002; GAULEJAC, 2007). No campo jurídico brasileiro, a expansão dessa ideologia encontrou, nas redes sociais digitais, veículo particularmente eficiente de disseminação, capaz de traduzir a gramática gerencial para os termos próprios da cultura jurídica.

Diante desse cenário, este ensaio propõe-se a mobilizar, como chave analítica, o pensamento de Walter Benjamin, particularmente as formulações desenvolvidas em sua obra inacabada Passagens (BENJAMIN, 2009). A pertinência da escolha não é evidente à primeira vista. Benjamin escreveu sobre as galerias parisienses do século XIX, sobre as exposições universais e sobre o flâneur que percorria os bulevares de Haussmann. O que poderia tal autor, falecido em 1940, oferecer ao entendimento de um fenômeno mediado pela tecnologia digital de uma plataforma de compartilhamento de imagens criada na segunda década do século XXI? A resposta, defende-se, está justamente na estrutura conceitual por ele elaborada:

fantasmagoria, imagem de desejo, cotidiano colonizado pela mercadoria, novo como repetição do sempre-igual. Tais categorias, longe de estarem datadas, parecem retornar com impressionante atualidade quando aplicadas ao consumo contemporâneo, à reconfiguração do imaginário coletivo pelas telas digitais e à colonização do cotidiano por uma promessa de transcendência mercantil.

O problema de pesquisa que orienta o presente ensaio pode ser assim formulado: em que medida as categorias benjaminianas das Passagens contribuem para a compreensão crítica do fenômeno dos gurus digitais jurídicos e da apropriação da ideologia do management pelo campo do Direito? Como objetivo geral, propõe-se discutir a produtividade analítica do arcabouço benjaminiano para a leitura crítica dos influenciadores digitais jurídicos. Como objetivos específicos, busca-se: (i) apresentar, em termos sintéticos, o estatuto da indústria do management e sua expansão para o campo jurídico por meio das redes sociais digitais; (ii) examinar, à luz da categoria de fantasmagoria, o modo pelo qual o guru digital opera o fetichismo da mercadoria gerencial; (iii) discutir, com base na categoria de imagem de desejo, a reinvenção benjaminiana do imaginário coletivo do campo jurídico; e (iv) refletir sobre o cotidiano como território da colonização ideológica, articulando-o à tese benjaminiana do novo como repetição do sempre-igual.

Justifica-se a investigação por três ordens de razões. A primeira, de natureza acadêmica, decorre da escassez, na literatura brasileira em estudos organizacionais, de trabalhos que articulem o pensamento benjaminiano à crítica da ideologia do management no campo jurídico, lacuna que este ensaio pretende, em modesta medida, contribuir para preencher. A segunda, de natureza social, prende-se à constatação de que os efeitos do fenômeno em exame transbordam o universo estritamente profissional dos juristas, alcançando dimensões mais amplas da subjetividade contemporânea. A terceira, de natureza institucional, deriva da percepção, partilhada por diferentes vozes do campo, de que a racionalidade jurídica, fundada em princípios como devido processo legal, ampla defesa, contraditório, fundamentação racional das decisões e tratamento isonômico, encontra-se sob tensão crescente com a racionalidade gerencial, que privilegia indicadores numéricos, metas de produtividade e velocidade de processamento. Compreender criticamente o trabalho ideológico dos gurus digitais jurídicos é, nesse sentido, condição para o debate sobre os limites e as possibilidades dessa tensão.

Quanto ao percurso, o presente ensaio organiza-se em cinco seções, além desta introdução e das considerações finais. Na primeira, situa-se brevemente o fenômeno dos gurus digitais jurídicos no quadro mais amplo da indústria ideológica do management. Na segunda, apresenta-se o estatuto teórico da obra Passagens e justifica-se a sua mobilização. Na terceira, examina-se a categoria de fantasmagoria. Na quarta, discute-se a imagem de desejo como estrutura de reinvenção do imaginário coletivo. Na quinta, articula-se o cotidiano à tese do novo como sempre-igual. Por fim, nas considerações finais, retoma-se a dimensão de despertar implícita na leitura benjaminiana, propondo-a como horizonte crítico para o campo jurídico contemporâneo.

Notas metodológicas: o estatuto do ensaio teórico

O presente trabalho assume, de forma deliberada, o formato do ensaio teórico. A escolha não é estilística, mas epistemológica. O ensaio tem sido reivindicado, no campo dos estudos organizacionais críticos brasileiros, como modalidade legítima de produção de conhecimento sobre fenômenos cuja densidade simbólica resiste à redução metodológica própria do método nomotético. Diferentemente do artigo empírico, que se organiza em torno de hipóteses, variáveis e procedimentos de mensuração, o ensaio articula categorias conceituais, mobiliza autores de tradições distintas e oferece, ao final, não uma resposta

fechada, mas uma chave analítica que se pretende produtiva. É essa pretensão, e não outra, que orienta as páginas que se seguem.

Do ponto de vista da natureza da pesquisa, trata-se, portanto, de investigação qualitativa, teórico-conceitual, de caráter interpretativo. A operação fundamental é a da leitura cruzada: lê-se Benjamin através do fenômeno dos gurus digitais jurídicos, e lê-se o fenômeno dos gurus digitais jurídicos através de Benjamin. Não há, propriamente, hipóteses a serem testadas. O que há é uma estrutura conceitual (a benjaminiana) que se aplica a um objeto (o fenômeno dos influenciadores digitais jurídicos) com a expectativa de que dessa aplicação resultem inteligibilidades novas. Trata-se de procedimento próximo ao que Paes de Paula (2012) descreve, em sua leitura benjaminiana do ensino da Administração, como a tarefa de produzir estilhaços do real, ou seja, fragmentos analíticos capazes de iluminar criticamente aspectos do fenômeno até então recobertos pela aparência.

Sob a perspectiva das fontes mobilizadas, este ensaio articula dois corpos bibliográficos principais. O primeiro é a edição brasileira das Passagens, organizada por Willi Bolle e Olgária Chain Féres Matos, publicada em 2009 pela Editora UFMG em parceria com a Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, a partir da edição alemã preparada por Rolf Tiedemann. O segundo é a literatura crítica brasileira e internacional sobre a indústria ideológica do management, com particular atenção aos trabalhos de Paes de Paula, Wood Jr., Parker, Gaulejac, Boltanski e Chiapello, Dardot e Laval, e Byung-Chul Han. A esses dois corpos articula-se, de modo complementar, a referência à produção emergente sobre influenciadores digitais e plataformas digitais, da qual se extraem elementos descritivos que permitem ancorar a análise teórica em uma compreensão mínima do fenômeno empírico em exame.

Cabe, por fim, registrar dois limites do trabalho. O primeiro é que se trata de leitura inicial, parte de pesquisa de doutoramento em andamento, e que, portanto, não se pretende exaustiva nem definitiva. O segundo é que a aplicação de categorias benjaminianas a fenômenos contemporâneos exige, sempre, cuidado em relação aos riscos de descontextualização. Os conceitos das Passagens foram elaborados a partir de um material histórico específico (a Paris do século XIX), e sua transposição para o ambiente digital deve preservar a sensibilidade benjaminiana à historicidade dos fenômenos, sob pena de se converter em uso meramente metafórico. Nesta investigação, busca-se evitar tal risco mediante o esforço de demonstrar, em cada uso, a homologia estrutural entre o objeto benjaminiano e o objeto contemporâneo, e não a mera analogia superficial.

A indústria ideológica do management e sua expansão para o campo jurídico

A compreensão do fenômeno dos gurus digitais jurídicos requer, como ponto de partida, breve consideração sobre a estrutura mais ampla em que esse fenômeno se inscreve: a indústria ideológica do management. Sigo, neste ponto, a formulação consolidada por Paes de Paula (2003, 2012), que, a partir de Micklethwait e Wooldridge (1997) e Wood Jr. (2001), apresenta a indústria do management como sistema articulado de produção, difusão e comercialização de conhecimento gerencial, firmado ao longo do século XX e sustentado por quatro pilares essenciais: as escolas de administração, as consultorias empresariais, a mídia de negócios e os gurus de gestão. Esses pilares operam em rede, retroalimentando-se mutuamente: as escolas formam quadros que vão para as consultorias e para a mídia, as consultorias produzem casos que alimentam a mídia e os livros dos gurus, a mídia divulga as ideias formuladas nas escolas, e os gurus sintetizam, em fórmulas memoráveis, o conjunto, devolvendo-o, em formato consumível, a um público amplo e diversificado.

A noção de ideologia mobilizada aqui é a de Eagleton (1997), para quem ideologia designa o sistema simbólico de justificação e naturalização das relações de dominação. Não se trata, portanto, da simples difusão de uma percepção de mundo, ou de um conjunto de ideias

entre tantos outros possíveis, mas de uma estrutura de pensamento que legitima e reproduz determinadas formas de poder, tornando-as aparentemente naturais, inevitáveis e desejáveis. No contexto da cultura do management, a ideologia gerencialista opera como dispositivo de produção de consenso em torno de valores empresariais que acabam apresentados como universalmente válidos, transcendendo o âmbito restrito das organizações empresariais e penetrando esferas tão diversas quanto a administração pública, o sistema educacional, o campo da saúde e, mais recentemente, o próprio campo jurídico (GAULEJAC, 2007; PARKER, 2002; ENTEMAN, 1993).

Esse processo de transbordamento ganhou novos contornos com a emergência do que Paes de Paula e Wood Jr. (2002) descreveram como pop management, fenômeno pelo qual o conhecimento gerencial extrapola a mídia especializada de negócios e adentra a cultura de massa, repercutindo na construção de um sistema de ideias, valores e crenças sobre gestão que estrutura e reposiciona as relações de trabalho em múltiplas dimensões da sociedade. O pop management é, antes de tudo, popular, e essa popularização opera mediante a tradução da gramática gerencial em formas culturais consumíveis: livros de auto-ajuda profissional, palestras motivacionais, reportagens em revistas de circulação ampla e, mais recentemente, conteúdos digitais distribuídos em plataformas de redes sociais.

É nesse último estágio (o da expansão do pop management para o ambiente digital) que se situa o fenômeno dos influenciadores digitais. O influenciador digital pode ser compreendido, em termos sintéticos, como sujeito que, mediante a produção sistemática de conteúdo em plataformas como o Instagram, constrói audiência fiel e estabelece com ela relações de credibilidade e autoridade que são, posteriormente, monetizadas pela oferta de produtos, serviços, cursos ou mentorias. No campo dos influenciadores que atuam na temática da gestão, a articulação com a indústria do management é direta: o influenciador atua, simultaneamente, como guru contemporâneo (uma das figuras tradicionais dessa indústria) e como agente comercial de um conjunto de mercadorias gerenciais que se oferecem ao público.

A expansão desse modelo para o campo jurídico brasileiro foi rápida e intensa. Surgiram, nos últimos anos, perfis dedicados à advocacia empreendedora, ao marketing jurídico, à mentoria de concursos, à advocacia de alta performance, à precificação de honorários, à construção da marca pessoal do advogado, entre tantos outros temas que, sob diferentes designações, traduzem o mesmo núcleo ideológico: a ideia de que o sucesso profissional do jurista depende menos da competência técnica tradicional e mais da adoção de uma mentalidade empreendedora, sustentada por ferramentas, técnicas e rotinas oriundas da gramática gerencial. Os gurus digitais jurídicos brasileiros são, portanto, agentes da apropriação da ideologia do management pelo Direito, e operam essa apropriação por meio de um suporte tecnológico (o algoritmo das plataformas) que confere às suas mensagens alcance e ressonância que seriam impensáveis em qualquer outro estágio da história da indústria gerencial.

Compreender criticamente esse processo exige, todavia, mais do que descrever sua superfície econômica e organizacional. Exige uma leitura capaz de iluminar aquilo que, na exibição cotidiana do guru digital, opera para além da venda explícita: a produção de um imaginário, a fantasmagoria do sucesso, a colonização do cotidiano por uma promessa de transcendência mercantil. É para essa leitura que a obra benjaminiana se oferece como recurso teórico privilegiado, conforme se argumenta a seguir.

Passagens: estatuto teórico e atualidade de Walter Benjamin

Antes de mobilizar as categorias benjaminianas para a análise do fenômeno em exame, convém uma breve apresentação do estatuto teórico da obra Passagens. Escrita ao longo dos anos 1920 e 1930 e deixada inacabada com a morte de Walter Benjamin em 1940, a obra é,

simultaneamente, um conjunto de notas, um arquivo de citações, um diário de leituras e um esboço de monumental investigação sobre a Paris do século XIX, lida como capital simbólica da modernidade capitalista. A edição brasileira, organizada por Willi Bolle com colaboração de Olgária Chain Féres Matos, oferece ao leitor o material em sua forma fragmentária, agrupado em konvoluts (rolos temáticos) que abordam, entre outros, a moda, o flâneur, o tédio, o colecionador, o panorama, a fotografia e, sobretudo, a passagem como estrutura arquitetônica e simbólica que sintetiza o modo de habitar próprio da burguesia oitocentista (BENJAMIN, 2009).

As passagens parisienses, descritas por Benjamin como catedrais profanas do consumo, foram galerias cobertas, construídas sobretudo no início do século XIX, que abrigavam, sob estruturas de vidro e ferro, lojas, cafés, restaurantes e atrações diversas. Funcionavam como espaços híbridos, entre o público e o privado, entre o interior e o exterior, em que a mercadoria, exibida sob iluminação artificial, podia ser contemplada como objeto estético, e não apenas como objeto de uso. Foi a observação minuciosa dessas passagens (de sua arquitetura, dos objetos nelas exibidos, dos comportamentos por elas suscitados) que conduziu Benjamin à formulação de seus conceitos mais célebres: a fantasmagoria como modo de aparição da mercadoria, a imagem de desejo como estrutura de produção do imaginário coletivo, o flâneur como figura típica do consumidor moderno, e o eterno retorno do novo sob o capitalismo (BENJAMIN, 2009; MATOS, 2009).

A escolha por mobilizar Benjamin, em detrimento de autores cuja atualidade no debate sobre subjetividade contemporânea é mais evidente (como Boltanski e Chiapello, Dardot e Laval, Byung-Chul Han ou Gaulejac, todos convocados em outros momentos da investigação que orienta este ensaio), justifica-se por três razões. Em primeiro lugar, Benjamin oferece uma leitura da mercadoria que não se limita à sua dimensão econômica (a do valor de troca em sua oposição ao valor de uso), mas que apreende, com rara sensibilidade, a sua dimensão sensível, ou seja, o brilho, a aparência, a magia com que a mercadoria se apresenta ao consumidor. Essa dimensão é decisiva quando o objeto em análise é a imagem digital, cuja eficácia ideológica depende menos do argumento racional e mais do impacto estético.

Em segundo lugar, Benjamin articula, de modo único na tradição crítica, a dimensão da experiência cotidiana à dimensão da crítica ideológica. A cotidianidade, em Benjamin, não é o lugar da trivialidade a ser superado pela teoria, mas o próprio território em que a ideologia se materializa e se reproduz, hipótese que, conforme se argumentará adiante, é especialmente fértil para a análise dos influenciadores digitais, cujo trabalho ideológico opera essencialmente pela via da exibição do cotidiano. Em terceiro lugar, e talvez mais importante, Benjamin oferece uma teoria sobre o despertar coletivo do imaginário, ou seja, sobre a possibilidade de que o coletivo, reconhecendo-se como coletivo que sonha, possa romper com o sonho mercantilizado em que se vê imerso. Essa dimensão emancipatória, frequentemente esquecida nas leituras meramente diagnósticas, será retomada nas considerações finais como horizonte crítico do trabalho.

Reconhecida, portanto, a atualidade do pensamento benjaminiano, propõe-se a seguir uma leitura inicial dos gurus digitais jurídicos à luz de três categorias das Passagens: a fantasmagoria, como chave para compreender o modo como a mercadoria se apresenta revestida de brilho e encantamento; a imagem de desejo (Wunschbild) como estrutura de reconfiguração do imaginário coletivo; e o cotidiano como o território onde se processa, silenciosamente, a colonização ideológica. Argumenta-se, em síntese, que, se Benjamin descreveu as passagens parisienses como catedrais profanas do consumo mercantil do século XIX, é possível ler o feed do Instagram como a passagem do século XXI, e o guru digital como o seu novo Grandville, ou seja, o operador que dá rosto humano ao fetiche da mercadoria.

Fantasmagoria: o brilho da mercadoria gerencial

O conceito de fantasmagoria é, talvez, a categoria mais operacional das Passagens para pensar o fenômeno dos gurus digitais. Benjamin o desenvolve a partir de Marx, mas desloca o foco para aquilo que Marx havia deixado em segundo plano: o brilho, a superfície sensível, a aparência mágica com que a mercadoria se apresenta ao consumidor. Em uma passagem decisiva, lê-se:

> As exposições universais são os centros de peregrinação ao fetiche mercadoria. "A Europa se deslocou para ver mercadorias", afirma Taine, em 1855. […] As exposições universais idealizam o valor de troca das mercadorias. Criam um quadro no qual seu valor de uso passa a segundo plano. As exposições universais constituíram uma escola onde as multidões, forçosamente afastadas do consumo, se imbuíram do valor de troca das mercadorias a ponto de se identificarem com ele: "É proibido tocar nos objetos expostos." Assim, elas dão acesso a uma fantasmagoria onde o homem entra para se deixar distrair (BENJAMIN, 2009, p. 57).

Substituindo as exposições universais pelas plataformas digitais, e particularmente pelo Instagram, a analogia funciona com inquietante precisão. O feed é, também ele, um centro de peregrinação ao fetiche mercadoria. Também ele idealiza o valor de troca, relegando o valor de uso a segundo plano. Também ele constitui uma escola em que multidões de seguidores (forçosamente afastados do consumo efetivo das mentorias, dos cursos e dos serviços oferecidos) identificam-se, mesmo assim, com o valor simbólico daquilo que lhes é exibido. O dispositivo benjaminiano é repetido em sua estrutura: a exibição da mercadoria sob iluminação artificial (agora, a luminosidade da tela), a peregrinação cotidiana (agora, a rolagem infinita do feed), a proibição de tocar (agora, a separação entre o consumidor passivo e o conteúdo mostrado), o estado de distração (agora, o consumo desatento entre uma tarefa e outra do dia).

O guru digital jurídico, nesse registro, é precisamente o operador contemporâneo dessa fantasmagoria. Quando publica fotografias de escritórios luxuosos, viagens internacionais, carros importados, famílias felizes e treinos extenuantes, não está apenas comunicando fatos sobre sua vida. Está produzindo aquilo que Benjamin (2009, p. 40) chamou de imagens mágicas do século, pelas quais o valor de troca de sua marca pessoal se reveste da aparência de realização existencial. É, em apertada síntese, romantizar o cotidiano, e, a partir disso, viabilizar a dominação simbólica do seguidor.

A mentoria jurídica, a plataforma de ensino, o curso de advocacia empreendedora não se apresentam, no discurso do guru, como o que são (mercadorias postas à venda em um mercado competitivo), mas como portais de acesso a uma forma superior de vida. Em termos benjaminianos, o caráter fetiche do management se manifesta como fantasmagoria. Mais ainda: essa fantasmagoria opera, como Benjamin percebera no caso das exposições universais, por meio da distração. O seguidor não é convocado a refletir sobre a mercadoria que lhe é oferecida; é convocado a divertir-se com ela, a admirá-la, a sonhar com ela. A atividade cognitiva exigida é mínima, e é precisamente essa economia de esforço crítico que permite à ideologia do management penetrar a subjetividade do espectador sem encontrar resistência. A massa, adverte Benjamin (2009, p. 57), "se deixa levar assim a uma submissão com a qual deve poder contar tanto a propaganda industrial quanto a política". Substituídas, na passagem, "propaganda industrial" por "propaganda gerencial" e "política" por "algoritmo", a sentença permanece integralmente válida.

A homologia estrutural não é, portanto, metáfora frouxa. Trata-se de identidade funcional. Aquilo que Benjamin descreveu como a operação característica das exposições universais (idealizar o valor de troca, identificar a massa com a mercadoria, oferecer distração no lugar de reflexão crítica) é exatamente o que o feed do guru digital jurídico realiza. A única diferença significativa diz respeito ao suporte técnico: onde Benjamin viu vidro, ferro e

iluminação a gás, há agora vidro, silício e iluminação por LED. A estrutura ideológica subjacente é, no essencial, a mesma.

Convém ainda observar, em complemento à análise, que a fantasmagoria, em Benjamin, não é apenas um modo de aparição da mercadoria singular, mas um modo de aparição do conjunto da vida social sob o capitalismo. As exposições universais não eram apenas vitrines de mercadorias particulares; eram vitrines de uma forma de civilização, de um modo de organizar a existência coletiva. Analogamente, o feed do guru digital jurídico não é apenas a vitrine de cursos, mentorias e serviços particulares; é a vitrine de uma forma de existir como jurista, de uma definição de sucesso profissional, de um modelo de subjetividade. Comprar do guru é, em última instância, comprar uma forma de vida. E a eficácia ideológica do dispositivo está, justamente, em apresentar essa forma de vida como a única possível, ou ao menos como a única desejável.

Imagem de desejo: a reinvenção do imaginário do campo jurídico

Se a fantasmagoria descreve a superfície do fenômeno, a categoria de imagem de desejo (Wunschbild) permite compreender sua dimensão mais profunda: a da produção do imaginário coletivo. Nesse ponto, Benjamin elabora, criticamente, uma teoria segundo a qual cada época produz, no interior de sua consciência coletiva, imagens que sintetizam o novo e o antigo, o desejado e o inalcançado. No Exposé de 1935, lemos:

> À forma do novo meio de produção, que no início ainda é dominada por aquela do antigo (Marx), correspondem na consciência coletiva imagens nas quais se interpenetram o novo e o antigo. Estas imagens são imagens do desejo e nelas o coletivo procura tanto superar quanto transfigurar as imperfeições do produto social, bem como as deficiências da ordem social de produção (BENJAMIN, 2009, p. 41).

Essa é uma formulação especialmente fértil para compreender o trabalho dos gurus digitais no campo jurídico. Ao proporem uma imagem do advogado empreendedor, do jurista de sucesso, do profissional que alia rentabilidade elevada a uma vida pessoal plena (tempo com a família, viagens luxuosas, corpos bem cuidados, equilíbrio entre trabalho e descanso), os gurus não estão simplesmente vendendo cursos ou mentorias. Estão reinventando o imaginário do campo jurídico. Estão produzindo imagens de desejo nas quais o novo (a lógica empresarial, a mentalidade empreendedora, o uso instrumental do digital) se entrelaça com o antigo (a tradição de prestígio e autoridade da toga, a simbologia da justiça, o reconhecimento social do operador do direito).

Nessas imagens, o coletivo dos juristas seguidores procura, exatamente como Benjamin descreve, tanto superar quanto transfigurar as imperfeições do produto social, ou seja, as frustrações reais do mercado jurídico saturado, os baixos rendimentos iniciais da advocacia autônoma, a precariedade do exercício profissional sem escritório estabelecido, a competição com colegas formados em massa pelas escolas privadas de Direito. Tais frustrações reais não desaparecem; são, antes, transfiguradas em obstáculos que apenas uma mentalidade correta (eis a palavra-chave) pode superar. A imagem de desejo opera, portanto, como dispositivo simbólico que individualiza problemas que são estruturais, deslocando a responsabilidade pelas frustrações coletivas do plano da ordem social de produção para o plano da escolha pessoal do jurista que não soube se reinventar.

O ponto decisivo é que essa reinvenção do imaginário não opera pela via do argumento racional, nem pela via da demonstração empírica, mas pela via da imagem. E é precisamente aqui que a obra benjaminiana se mostra mais atual do que nunca. O que o Instagram faz, enquanto plataforma, é fornecer o suporte técnico ideal para a circulação massiva de imagens de desejo. Cada post, cada story, cada reel é uma tentativa de condensar, em formato visualmente impactante, uma síntese do novo com o antigo: o jurista-empreendedor, o juiz-influenciador, o advogado-coach, o promotor-palestrante, o procurador-

mentor. A gramática dessas imagens é cuidadosamente estudada, calibrada e ajustada ao que o algoritmo premia e, por isso mesmo, ela tende, inexoravelmente, à uniformização. Os gurus digitais jurídicos produzem, em variações sobre variações, a mesma imagem de desejo.

A questão crítica que se coloca, para o campo jurídico contemporâneo, é a seguinte: quem está sonhando o jurista do futuro, e em favor de que interesses esse sonho está sendo sonhado? O guru digital, nesse cenário, funciona como sonhador profissional contratado pelo algoritmo, isto é, como aquele que, em nome de um coletivo que nem sempre é consultado, produz as imagens que irão estruturar o imaginário dos profissionais do Direito da próxima década. A reinvenção do imaginário jurídico pela via dos gurus digitais é, portanto, fenômeno que a crítica da ideologia do management não pode ignorar, sob pena de reduzir o problema a suas manifestações mais superficiais (a venda explícita de mentorias) e perder de vista a sua dimensão mais profunda: a produção da subjetividade dos juristas das próximas gerações.

Vale ainda assinalar, com Baczko (1985) e Durand (1984), que o imaginário social, longe de ser elemento secundário ou ornamental da vida coletiva, é uma das forças mais poderosas de organização da experiência. As imagens com que um grupo se representa modelam a maneira pela qual o grupo se vê, se julga e age. Nesse sentido, a captura do imaginário do campo jurídico pelas imagens de desejo dos gurus digitais é fenômeno de profundidade que excede largamente a sua aparência comercial imediata: trata-se, no limite, da disputa pela definição daquilo que significará, nas próximas décadas, ser jurista no Brasil.

Cotidiano colonizado e o novo como repetição do sempre-igual

Chega-se, com isso, ao terceiro ponto: a questão do cotidiano. Aqui cabe um cuidado metodológico. Benjamin, nas Passagens, não elaborou de forma sistemática uma teoria do cotidiano. O conceito aparece com ele em estado disperso, circulando entre os fragmentos das notas e dos materiais. É Olgária Chain Féres Matos, no posfácio da edição brasileira, quem dá a essa dimensão difusa sua formulação mais lapidar:

> Compreender o coração mesmo desse cotidiano significa "explorar a alma da mercadoria", os "monumentos da burguesia", as "ruínas" (MATOS, 2009, p. 1055).

A observação da posfaciadora é precisa porque reconhece que, em Benjamin, o cotidiano não é o lugar da trivialidade a ser superada pela teoria. É, ao contrário, o próprio lugar onde a ideologia se instala, materializa-se e reproduz-se. Esse insight é absolutamente crucial para a análise dos gurus digitais. Uma das características mais distintivas do influenciador contemporâneo, e, entre eles, do guru digital jurídico, é justamente a exposição obsessiva do cotidiano. O guru não se limita a postar conteúdo profissional. Posta o treino da manhã, o café com o cônjuge, a oração antes do trabalho, a audiência que presidiu, a viagem de fim de semana, o almoço com os filhos, a leitura do livro de autoajuda corporativa, a meditação noturna.

Essa saturação do cotidiano nas redes não é, como poderia parecer, subproduto inocente, nem excesso narcísico de quem aderiu ao protagonismo digital. É, do ponto de vista ideológico, o núcleo operacional do fenômeno. Quando o guru exibe o seu cotidiano, ele está fazendo, simultaneamente, duas coisas. Em primeiro lugar, está dissolvendo a fronteira entre vida profissional e vida pessoal, fronteira cuja erosão é identificada, na literatura recente sobre o trabalho dos influenciadores digitais, como característica central das novas concepções de carreira. Em segundo lugar, e mais decisivo, está convertendo o seu cotidiano em modelo a ser seguido. Cada gesto aparentemente banal (levantar-se às cinco da manhã, meditar, praticar exercícios, tomar um suplemento específico, ler um livro específico, frequentar um restaurante específico) é apresentado como parte da fórmula que produz o sucesso exibido. O cotidiano, assim, deixa de ser apenas vivido. Passa a ser prescrito.

É aqui que a leitura benjaminiana se revela mais produtiva do ponto de vista crítico. Em Benjamin, os objetos cotidianos das passagens parisienses (os vestidos de moda, os chapéus, os móveis, as fotografias em daguerreótipo) não eram apenas mercadorias úteis. Eram cápsulas de sentido ideológico, portadoras do sonho coletivo da época. Analogamente, os elementos cotidianos exibidos pelos gurus (a rotina matinal, o gadget tecnológico, o restaurante escolhido, o livro lido, o suplemento consumido) não são detalhes acessórios da vida do influenciador. São mercadorias simbólicas que carregam, em cada exibição, a ideologia do management condensada em forma de hábito. Adotar a rotina do guru é, portanto, adotar a sua cosmovisão. E é por meio dessa adoção, e não por meio de qualquer argumento teórico, que a ideologia gerencial se instala, silenciosamente, no tecido mais íntimo da vida do seguidor.

Cabe, neste ponto, observação sobre a atualização que a leitura benjaminiana exige. Benjamin escreveu sobre um consumidor que caminhava pelas passagens parisienses e era capturado pela fantasmagoria das vitrines. O flâneur, escreveu ele, "procura refúgio na multidão. A multidão é o véu através do qual a cidade familiar se transforma, para o flâneur, em fantasmagoria" (BENJAMIN, 2009, p. 61). No digital, o véu que transforma o cotidiano em fantasmagoria é, agora, o algoritmo. Mas a estrutura descrita por Benjamin permanece, pois o que o scroller faz, deitado à noite na cama com o celular na mão, é, no fundo, a mesma coisa que o flâneur fazia no século XIX: atravessar uma sucessão de imagens que vendem, simultaneamente, mercadorias e modos de vida.

Há, finalmente, um último elemento benjaminiano que merece destaque, pois articula as três categorias anteriores: a tese de que o novo, sob o capitalismo, é, paradoxalmente, sempre igual. A passagem é preciosa:

> Essa aparência do novo se reflete, como um espelho no outro, na aparência da repetição do sempre-igual. O produto dessa reflexão é a fantasmagoria da "história cultural", em que a burguesia saboreia sua falsa consciência (BENJAMIN, 2009, p. 44).

A aplicação ao trabalho dos gurus digitais é imediata. O influenciador é estruturalmente obrigado, pela lógica algorítmica, a produzir conteúdo novo a cada momento, sob pena de ver sua visibilidade cair. Essa produção incessante apresenta-se, na superfície, como movimento, inovação, dinamismo. Mas, examinada com atenção, revela aquilo que Benjamin já havia percebido: sob a aparência do novo, repete-se sempre o igual. Os mesmos sete erros do advogado que falha, as mesmas três estratégias do jurista de sucesso, as mesmas cinco técnicas de precificação, a mesma rotina das cinco da manhã, o mesmo livro recomendado, o mesmo curso transformador. O conteúdo gira sempre no mesmo lugar.

A literatura recente sobre o trabalho dos influenciadores digitais tem diagnosticado, no registro da sociologia do trabalho, essa compulsão algorítmica à produção, descrevendo a rotina segundo a qual posts nos stories devem ser diários ou comprometem a entrega do conteúdo, a nova funcionalidade do reels deve ser usada semanalmente, e o feed deve ser alimentado em ritmo constante. Benjamin, oitenta anos antes, já havia oferecido a chave teórica para ler criticamente esse fenômeno: o progresso como fantasmagoria, o novo como máscara do sempre-igual, a inovação como falsa consciência. Os gurus digitais jurídicos não produzem, portanto, uma nova sabedoria a cada post. Produzem, antes, variações fantasmagóricas da mesma ideologia gerencial que já estava plenamente formulada nas livrarias de aeroporto da década de 1980, e que apenas encontrou, nas redes sociais, veículo mais eficiente, e mais colonizador, de disseminação.

Discussão: a pertinência do arcabouço benjaminiano para os estudos organizacionais críticos

A leitura empreendida nas seções anteriores permite formular, em chave discursiva mais ampla, três considerações que articulam a contribuição benjaminiana ao campo dos estudos organizacionais críticos. A primeira diz respeito à própria natureza do objeto. O fenômeno dos gurus digitais jurídicos não é, como uma análise apressada poderia sugerir, mera curiosidade comercial, nem epifenômeno superficial do mercado de cursos jurídicos. É manifestação contemporânea de um processo de longa duração, o da apropriação ideológica do management pelos diversos campos sociais, agora amplificado pela mediação algorítmica das plataformas digitais. Compreender esse fenômeno exige, portanto, instrumentos teóricos à altura da sua densidade. As categorias benjaminianas, conforme se procurou demonstrar, oferecem tais instrumentos.

A segunda consideração diz respeito ao modo pelo qual a ideologia opera no ambiente digital. A tradição crítica em estudos organizacionais tem, com razão, dedicado atenção considerável às formas pelas quais a racionalidade gerencial se instala nas organizações por meio do discurso (Boltanski; Chiapello, 2009; Dardot; Laval, 2016) e das tecnologias do poder pastoral (Foucault, segundo a leitura de Gaulejac, 2007). Sem desmerecer tais contribuições, a leitura benjaminiana acrescenta a essa caixa de ferramentas uma sensibilidade específica para a dimensão imagética da ideologia. No ambiente digital, onde o consumo de conteúdo se dá majoritariamente por imagens (estáticas ou em movimento), essa sensibilidade é particularmente preciosa. A fantasmagoria, em Benjamin, é, antes de tudo, fenômeno visual. E é precisamente como fenômeno visual que a ideologia do management se reproduz no feed do Instagram do guru jurídico.

A terceira consideração, finalmente, diz respeito à articulação entre crítica e cotidiano. A grande contribuição de Benjamin, nesse ponto, é demonstrar que a ideologia não opera apenas no plano das grandes formulações teóricas ou dos discursos institucionais. Opera, sobretudo, no plano dos gestos mais íntimos do cotidiano, como, por exemplo, o despertar matinal, o consumo do café, a escolha do livro a ser lido, a foto a ser publicada. Essa intuição, longe de banalizar a crítica, lhe confere alcance que outras tradições críticas não logram: permite ver a reprodução ideológica onde ela efetivamente se realiza, ou seja, no tecido mais miúdo da vida diária.

Convém ainda assinalar que a leitura proposta neste ensaio dialoga, mas não se confunde, com outras leituras críticas contemporâneas dos influenciadores digitais. A diferença, e talvez seja essa a contribuição específica que aqui se ensaia, está na ênfase deliberada na dimensão fantasmagórica e onírica do fenômeno, dimensão que tende a ser obscurecida pelas análises que privilegiam exclusivamente a dimensão econômica (a financeirização da subjetividade) ou a dimensão laboral (a precarização das relações de trabalho). Sem ignorar essas dimensões (que continuam, evidentemente, decisivas), defende-se que a chave benjaminiana permite captar algo que elas, isoladamente, não captam: a aderência subjetiva do seguidor, a sua identificação com o sonho exibido, a sua disponibilidade afetiva para se reconhecer no espelho oferecido pelo guru. É essa aderência, e não apenas o aspecto econômico do consumo, que torna o fenômeno tão difícil de criticar e ainda mais difícil de superar.

Há, todavia, limites que se impõem à leitura proposta. O primeiro, já mencionado nas notas metodológicas, é o do risco de transposição mecânica de categorias. As Passagens foram escritas a partir de um material histórico específico (a Paris oitocentista), e sua tradução para o ambiente digital exige cuidado para preservar a sensibilidade benjaminiana à historicidade. O segundo limite é o da natureza inicial deste ensaio: trata-se de leitura preliminar, parte de pesquisa de doutoramento em andamento, e que demandará, em estágios posteriores, o cotejamento sistemático com material empírico produzido por gurus jurídicos brasileiros, a ser examinado mediante técnica de análise de conteúdo, na sistematização

proposta por Bardin (2011). Sem esse cotejamento, a leitura permanece no plano da hipótese teórica, hipótese cuja produtividade resta, ainda, a ser confirmada pela investigação empírica.

Considerações finais: do diagnóstico ao despertar

A pertinência de Walter Benjamin para a análise crítica dos gurus digitais jurídicos não decorre, conforme se procurou demonstrar ao longo deste ensaio, de adequação desconexa entre um autor do passado e um fenômeno do presente. A estrutura que Benjamin descreveu para as passagens parisienses (fantasmagoria, imagem de desejo, cotidiano como território ideológico, eterno retorno do novo como fantasmagoria do progresso) permanece operante, ainda que reconfigurada por novas tecnologias, no coração da cultura digital contemporânea. Os gurus digitais jurídicos são, nesse sentido, os operadores da fantasmagoria mercantil que, por meio das imagens de desejo que produzem, reinventam o imaginário coletivo do campo jurídico e colonizam o cotidiano de seus seguidores.

A leitura benjaminiana, contudo, não é apenas diagnóstica. Carrega, como sugeriu o próprio autor em tantas notas das Passagens, dimensão de despertar. A crítica não se esgota na denúncia da fantasmagoria. Aponta para a possibilidade de que o coletivo, reconhecendo-se como coletivo que sonha, desperte do sonho e recupere a dimensão histórica e política que lhe foi subtraída. No caso específico do campo jurídico, esse despertar exige, entre outras coisas, o reconhecimento de que os gurus digitais não são anomalias individuais a serem moralmente condenadas, nem simples empreendedores de si a serem invejados. São operadores de uma ideologia que transborda suas figuras particulares, e que só pode ser criticada quando se reconhece sua natureza estrutural.

Como adverte Benjamin (2009, p. 44), a tarefa crítica é perceber, por trás da aparência do novo, a aparência da repetição do sempre-igual, e, por trás da fantasmagoria do sucesso empreendedor, a velha fantasmagoria da mercadoria, agora vestida com as roupas do algoritmo. No caso do campo jurídico, esse despertar tem implicações práticas e institucionais que ultrapassam, em muito, o escopo deste ensaio. Refere-se, no limite, à recuperação dos valores que constituem historicamente a racionalidade jurídica (devido processo legal, ampla defesa, contraditório, fundamentação racional das decisões, tratamento isonômico, compromisso com a justiça como valor transcendente) diante da pressão homogeneizante da racionalidade gerencial, que privilegia indicadores numéricos, metas de produtividade e velocidade de processamento.

Refere-se, também, à formação de novos juristas, cuja socialização profissional vem sendo, em medida crescente, atravessada pelo consumo de conteúdos produzidos pelos gurus digitais. Se esses conteúdos operam, conforme se argumentou, como imagens de desejo que reinventam o imaginário do campo, a tarefa pedagógica das instituições de ensino jurídico, e em particular dos programas de pós-graduação que se dedicam ao estudo crítico do Direito, é a de oferecer aos estudantes recursos analíticos que lhes permitam reconhecer a fantasmagoria e dela despertar. A leitura crítica das Passagens, nesse sentido, não é luxo erudito. É instrumento de formação.

Como agenda de pesquisa futura, sugere-se três direções. A primeira é o aprofundamento da análise teórica de outras categorias benjaminianas potencialmente fecundas para o estudo dos influenciadores digitais, entre elas a do colecionador, a do panorama, a da fotografia e, sobretudo, a da reprodutibilidade técnica e seus efeitos sobre a aura. A segunda é a realização de pesquisa empírica que confronte sistematicamente o arcabouço aqui esboçado com material coletado nos perfis de gurus digitais jurídicos brasileiros, etapa já em curso na investigação de doutoramento da qual este ensaio é desdobramento. A terceira, finalmente, é o diálogo com outras tradições críticas contemporâneas, em particular a de Byung-Chul Han, Dardot e Laval, e Bourdieu, com vista à

construção de quadro teórico mais robusto sobre a apropriação da ideologia do management pelos campos profissionais.

Encerro este ensaio com a convicção de que, em um tempo em que o brilho das telas digitais ameaça obliterar o contorno crítico da inteligência, a leitura paciente e atenta de Walter Benjamin permanece, paradoxalmente, mais necessária do que nunca. Não porque suas categorias resolvam, por si sós, os problemas que enfrentamos, mas porque oferecem o instrumental sensível indispensável ao reconhecimento dos sonhos coletivos em que estamos imersos, e da possibilidade, sempre aberta, do despertar. Para o campo jurídico, que se encontra hoje em meio à mais profunda transformação simbólica de sua história recente, esse despertar é, talvez, a tarefa mais urgente do nosso tempo.

Referências

BACZKO, B. Los imaginarios sociales: memorias y esperanzas colectivas. Buenos Aires: Nueva Visión, 1985.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BENJAMIN, W. **Passagens**. Edição alemã de Rolf Tiedemann; organização da edição brasileira de Willi Bolle; colaboração de Olgária Chain Féres Matos; tradução do alemão de Irene Aron; tradução do francês de Cleonice Paes Barreto Mourão. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2009.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DURAND, G. **As estruturas antropológicas do imaginário**: introdução à arquetipologia geral. Lisboa: Presença, 1984.

EAGLETON, T. **Ideologia**: uma introdução. São Paulo: Boitempo; Editora da Unesp, 1997.

ENTEMAN, W. F. **Managerialism**: the emergence of a new ideology. Madison: University of Wisconsin Press, 1993.

GAULEJAC, V. de Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social. Aparecida: Ideias e Letras, 2007.

HAN, B.-C. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

MATOS, O. C. F. Aufklärung na metrópole: Paris e a via láctea. In: BENJAMIN, W. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2009. p. 1053-1092.

MICKLETHWAIT, J.; WOOLDRIDGE, A. **Os bruxos da administração**: como entender a babel dos gurus empresariais. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

PAES DE PAULA, A. P. **Por uma nova gestão pública**: limites e potencialidades da experiência contemporânea. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

PAES DE PAULA, A. P. **Estilhaços do real**: o ensino da Administração em uma perspectiva benjaminiana. Curitiba: Juruá, 2012.

PAES DE PAULA, A. P.; WOOD JR., T. Pop-management: pesquisa sobre as revistas populares de gestão no Brasil. In: **ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO**, 26., 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2002.

PARKER, M. **Against management**: organization in the age of managerialism. Cambridge: Polity Press, 2002.

WOOD JR., T. **Organizações espetaculares**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.