



Entre escrita, comunicação e direito: questões sobre a escrita-fantasma na sociedade de midiatização¹

Between writing, communication and law: questions about ghostwriting in a society undergoing mediatization

Milena Silva Santos

João Damasio da Silva Neto

Palavras-chave: Escrita-fantasma; Circulação; Comunicação e Direito.

1 Observações iniciais sobre a escrita-fantasma na sociedade em midiatização

Este trabalho contempla as questões iniciais do projeto de pesquisa de mestrado de uma das autoras deste texto, visando configurar o objeto de estudo a partir de experiências com o tema da escrita-fantasma – prática profissional conhecida como ghostwriting, que compreende a escrita, organização e/ou edição de conteúdos sob titularidade de outrem, por exemplo na publicação de livros, artigos, blogs, textos para redes sociais, dentre outros.

Para este resumo, optamos, primeiro, por uma elaboração didática capaz de situar a amplitude de questões que serão colocadas a seguir. Nesse sentido, nosso ponto de partida é a percepção das atuais configurações do referido trabalho de escrita, tensionado entre os anseios sociais que levam ao crescimento do mercado da escrita-fantasma em uma sociedade em midiatização e os debates relativos aos direitos autorais.

Nesse contexto, como modo de elaborar nossas inquietações iniciais de pesquisa, refletimos que exercer uma profissão em 2025 não corresponde ao exercício laboral que

¹ Trabalho apresentado ao VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.



foi vivenciado no início dos anos 2000 e provavelmente não corresponderá ao que acontecerá nos anos 2050.

O jornalista dos anos 2000 precisava conhecer o que abrangia o cenário dos veículos tradicionais de comunicação, tais como jornais impressos, rádio e TV, e pouco interagia com o público que consumia as notícias. Era conhecido pelo nome ou pela visão que o público tinha dele a partir da TV, a vida pessoal raramente era exposta. A sua carreira era construída atrelada ao veículo de comunicação que fazia parte, ao longo do tempo de trabalho.

O jornalista dos anos 2025, por sua vez, está em constante interação com o público que consome o conteúdo produzido. Antes de ser representante de algum veículo de comunicação (ou de não ser de nenhum), é uma marca pessoal. Por isso, produz conteúdo e se posiciona nas redes sociais, como o Instagram, o YouTube, o Tik Tok e o LinkedIn.

A interação constante com o público não é somente importante, é necessária e constantemente exigida por aqueles que consomem as notícias. Ele não depende de um veículo de comunicação ou de uma grande redação, pode atuar como criador de conteúdo, podcaster, consultor ou assessor de imprensa e mais diversas possibilidades.

O advogado dos anos 2000 possuía uma realidade totalmente diferente da que é vivenciada em 2025. O seu contato com o público acontecia por meio de palestras presenciais, indicações boca a boca e cartões de visita, afinal a publicidade permitida pela Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) era e ainda é limitada. Os escritórios dependiam de papel, processos físicos e os profissionais precisavam se fazer presentes nos tribunais. A aquisição do conhecimento era limitada a livros, congressos e cursos presenciais; e a atuação profissional se limitava a escritórios, tribunais e outros lugares tradicionais.

O advogado de 2025, apesar da limitação de publicidade prevista pela OAB, produz conteúdo educativo para as redes sociais. Os processos em que atua majoritariamente estão digitalizados ou já iniciaram de forma eletrônica. O acesso às jurisprudências é feito pelos sites dos tribunais, o que faz com que a informação circule



rapidamente entre os demais profissionais, bem como entre a população que consome as temáticas. Ele consegue atender clientes de todo o Brasil e, ainda, os que estão espalhados ao redor do planeta Terra, já que o contato pode ser feito por meio de WhatsApp, e-mail, videoconferências e outros. As atuações profissionais são diversas, não abrangendo somente processos, contratos ou atividades cartorárias.

O líder religioso que atuava nos anos 2000 tinha a sua presença limitada a encontros, cultos, missas, programas de rádio e, em alguns casos, a aparições na TV. O seu alcance era majoritariamente local, apenas figuras renomadas eram conhecidas internacionalmente. Uma comunicação estratégica ou a diversidade de formatos de comunicação não fazia parte do planejamento desse líder.

O líder religioso de 2025, por sua vez, está presente nas diversas redes sociais, promovendo lives e transmissões ao vivo de cultos e outros eventos. Além disso, está em contato direto com os membros por meio do WhatsApp e outras plataformas, realizando aconselhamentos, discipulados e cursos. Com isso, tem o potencial de ser influente não só na comunidade ao seu redor, mas também internacionalmente. Por isso, preocupa-se em usar uma linguagem mais acessível para transmitir as suas mensagens, bem como traça estratégias de diversificação de formatos de conteúdos, a fim de que mais pessoas tenham acesso ao que está sendo anunciado.

Com as descrições, é possível perceber que os anseios da sociedade por avanços na forma de se comunicar, por recursos tecnológicos e por novas formas de se realizar uma profissão modificaram diretamente a atuação dos profissionais. Aqueles que já atuavam em 2000 tiveram que se adaptar, a fim de que pudessem ser conhecidos pelas novas gerações. Sem a reinvenção correriam o risco de chegarem ao esquecimento.

As mudanças sociais com a consequente participação ativa dos que anteriormente apenas recebiam a mensagem, bem como a circulação com rapidez da informação fizeram com que as profissões fossem reinventadas. Com isso, o campo da midiatização foi atravessado, ao ponto de a utilização social e cultural das mídias passar a não ser de



detenção ativa apenas dos profissionais da comunicação, mas também dos profissionais que entenderam a necessidade das suas presenças nas redes sociais e dos receptores que passaram a também fazer parte do processo de circulação das informações.

Tal percepção faz parte do que José Luiz Braga (2017) aponta acerca do fenômeno da circulação, pois não há mais somente relações diretas entre produtor e receptor, já que o último faz seguir adiante aquilo que recebe, a partir da junção da mensagem com as suas inferências. “O conceito de circulação – antes restrito ao intervalo entre os dois polos – ganha vigor e relevância, e acaba por extrapolar esses limites” (Braga, 2017, p. 50).

Nesse contexto, as ações para que uma mensagem seja levada adiante podem acontecer de variadas formas, podendo envolver, por exemplo: o acréscimo de comentários ao conteúdo recebido, ao ponto de envolver publicações de artigos ou meras conversas corriqueiras; a produção de conteúdos para as redes sociais; a base para debates, análises ou até mesmo a instigação de polêmicas.

E é exatamente por causa da facilidade de que uma informação siga adiante na sociedade atual que Braga (2017) afirma que não é mais tarefa simples fazer a distinção entre pontos iniciais e de chegada de uma mensagem, visto que os pontos de chegada de uma informação podem simbolizar o início de novas produções de conteúdo, e assim por diante.

A suposta necessidade de “ser visto para ser lembrado”, o anseio social pela produção de conteúdos nas redes sociais e fora delas, o dever de postar algo todos os dias, a importância de ter materiais escritos para ser reconhecido, bem como a própria vontade de compartilhar o conhecimento adquirido ao longo da vida, tem feito com que profissionais, que não possuíram na graduação ou em outras formas de aprendizagem aulas sobre técnicas de escrita, sejam obrigados a aprender com as demandas acontecendo e, dependendo dos recursos financeiros que dispõem, passem a contar com o auxílio de pessoas especializadas em escrita.



Esse anseio decorre do fenômeno da aceleração social, identificado por Veron (2013, p. 279) como indício da mediação, marcada por “transformaciones que el dispositivo internet pueda inducir en las prácticas de los más diversos sectores de la actividad social”, provocando uma série de “irritações sistêmicas”, como as que tentaremos sinalizar adiante entre escrita, mediação e direito.

2 Questões na intersecção entre escrita, mediação e direito

E é com as demandas dos profissionais no tocante à produção de conteúdo que algumas profissões passaram a ganhar destaque, como é o caso do ghostwriter ou escritor-fantasma. Simplificadamente, tal profissional pode ser conhecido como aquele que é contratado para escrever, organizar e/ou editar conteúdos que serão de titularidade do contratante; e tal contratação pode envolver a escrita de livros, artigos, blogs, textos para as redes sociais, dentre outros, a partir dos saberes e conteúdos conhecidos e informados pelo contratante. Diferentemente das demais contratações relacionadas à escrita, nessa modalidade usualmente não há créditos à autoria do profissional contratado, apenas para quem o contratante deseja que seja creditado como o autor do texto.

Para elucidar as situações que podem gerar demandas pela escrita-fantasma, foi elaborada a seguinte figura:



No campo estritamente prático da questão, o grande problema consiste na ausência de uma regulamentação acerca da profissão, fato que acarreta a precarização dos serviços diante da falta, por exemplo, de um piso salarial e de uma mínima exigência técnica. A sociedade atualizou a sua forma de pensar e agir no tocante à comunicação, a midiatização trouxe novas demandas de produção de conteúdo e, por consequência, indivíduos passaram a se autodenominar como ghostwriters ou escritores-fantasma, mas não há legislação no Brasil que especifique a atuação ou que atribua qualquer regramento.

Nesse sentido, por ora, a problemática prática da pesquisa, que ainda está em fase de projeto, se apresenta: como regulamentar a profissão do escritor-fantasma sem haver conflito com legislações já existentes, a exemplo da Lei de Direitos Autorais? E outras perguntas subsequentes também se apresentam: como estabelecer os limites entre ghostwriting (escrita-fantasma), copywriting, social media e redação? Há um ponto de intersecção entre elas? Quais são as nuances da midiatização que impactam a produção de conteúdo e criam a demanda pela escrita-fantasma? Qual órgão seria o regulador e



fiscalizador da escrita-fantasma? Como a profissionalização poderia impactar os currículos dos cursos universitários de jornalismo, produção editorial e letras? A profissionalização da escrita-fantasma sofreria alguma resistência social? Qual é a imagem que a população tem acerca da escrita-fantasma? Como as mídias têm interferido para que esta imagem seja apresentada? Quais seriam os possíveis desdobramentos na escrita-fantasma após a sua profissionalização?

Nos passos seguintes, para complexificar essas questões, temos um horizonte de acionamentos teóricos que podem mobilizar a elaboração do objeto de estudos. Do aspecto mais específico ao mais amplo da discussão, de modo não exaustivo, temos em vista alguns dos seguintes acionamentos: o conflito atual entre o direito autoral e a regulamentação do trabalho (Coelho, 2023; Costa Netto, 2023); o tensionamento entre norma e experimentação social em circuitos que atravessam o campo do direito (Flores, 2020); a percepção de urgências e agências que fazem da escrita-fantasma um dispositivo interacional, diferenciando-o no conjunto de outras práticas de produção de conteúdo (Braga, 2017); e a questão que se coloca imediatamente sobre a autoria (Foucault, 2013) e sobre a configuração da identidade narrativa (Ricoeur, 2014).

Ressalta-se que a busca, aqui, não consiste na obtenção de respostas exatas, mas sim na experimentação de ideias e provocações no debate entre os colegas de pesquisa.

Referências

AGUERRE, Gabriela et al. **A escrita fantasma e o escritor profissional no Brasil.**

Disponível em:

<http://site.veracruz.edu.br:8087/instituto/revera/index.php/revera/article/view/86/66>.

Acesso em: 14 out. 2024.

BRAGA, José Luiz. Circuitos de comunicação. In: BRAGA, José Luiz et al. **Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade.** Campina Grande: Editora da Universidade Estadual da Paraíba, 2017, p. 43-49.



BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, 5 de Outubro de 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 09 out. 2024.

BRASIL. **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L9610.htm. Acesso em: 09 out. 2024.

COELHO, Fábio U. **Manual de direito comercial**: direito de empresa. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2023.

COSTA NETTO, José C. **Direito autoral no Brasil**. São Paulo: Saraiva Jus, 2023.

FLORES, Hermundes. **Judiciário midiático**: judicialização, ativismo e comunicação. Max Limonad, 2022.

FOUCAULT, Michel. O que é um autor? In: **Estética**: literatura e pintura, música e cinema. Barueri, SP: Forense Universitária, 2013.

PUBLISHNEWS. **Entrevista com a escritora fantasma (versão completa)**. Youtube, 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-YQWmg1oK3o>. Acesso em: 14 out. 2024.

RICOEUR, Paul. **O si-mesmo como outro**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014. TV Brasil. **Ghost writer / programa completo**. Youtube, 18 de setembro de 2018. Disponível em <https://youtu.be/3bykkymSUJE>. Acesso em: 14 out. 2024.

VERÓN, Eliseo. **La semiosis social**, 2: ideas, momentos, interpretantes. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2013.