

Comércio de autoria: um sintoma da cultura pós-moderna

MARIA INÊS ACCIOLY

Mestre em Comunicação pela ECO – Universidade Federal do Rio de Janeiro

RESUMO

Este artigo tem por objetivo discutir aspectos da chamada cultura pós-moderna que favorecem o comércio de autoria na escrita. Procuro estabelecer conexões entre a política do controle (noção de Gilles Deleuze), o capitalismo pós-industrial e a cultura pós-moderna, e localizar os agenciamentos que, nesse contexto, estimulam a prática do *ghost writing*.

Palavras-chaves: Cultura pós-moderna. Autoria. Escritor-fantasma

ABSTRACT

The objective of this article is to discuss the so called post-modern culture and some of its aspects that favor authorship selling in writing activity. It makes the point that *control policies* (a concept of Gilles Deleuze), post-industrial capitalism and post-modern culture are connected. Then, it identifies some factors that encourage ghost writing practice in this context.

Key words: Post-modern culture. Authorship. Ghost writer

1 - Cf. Michel Foucault. *O Que é Um Autor?*. Neste livro Foucault afirma que o nome de autor não é um nome próprio como outro qualquer. Ele designa não exatamente uma pessoa, mas uma função, dotada das seguintes propriedades: tomar o discurso passível de apropriação; mudar ao longo do tempo e de acordo com as formas de civilização; ser o resultado da construção de uma identidade, e reenviar o discurso para uma multiplicidade de "eus". Para que essa função seja ativada, segundo Foucault, é preciso uma certa circulação do discurso no interior da sociedade (textos de uso privado não têm autores).

2 - Cf. Gilles Deleuze e Félix Guattari. *Kafka: Por uma Literatura Menor*. *Agenciamento* é um conceito de Deleuze e Guattari que serve para designar as conexões entre enunciação e desejo, que ocorrem tanto no nível coletivo, social, quanto no nível infra-individual, e que portanto permitem pensar a produção de subjetividade fora da ótica do sujeito.

Antes de ser alguém, o autor é uma função – ensina Foucault.[1] A figura individualizada do autor foi uma invenção da modernidade, que perdeu vigor a partir da segunda metade do século XIX, quando o conceito que lhe dava suporte – o de sujeito – entrou em decadência. Desde então, o espaço da autoria passou a ser habitado por uma multiplicidade de “eus” – reais e imaginários – e abriu-se a toda sorte de transações.

O comércio de autoria e o *ghost writer* – ou *nègre*, para os franceses – são possivelmente tão antigos quanto a individualização da figura do autor, mas nos tempos que correm esse comércio se avoluma como nunca. Enquanto o *ghost writer* da modernidade era uma figura informal, clandestina – a retórica dos sofistas estava então alijada da arena dos discursos – o *ghost* pós-moderno é, via de regra, um profissional.

Embora a noção de pós-modernidade seja problemática, porque pressupõe uma ruptura com a modernidade que para muitos pensadores é uma idéia equivocada, e também porque o pós-moderno ficou de certa forma estigmatizado por suas relações complacentes com o mercado cultural, precisamente pela existência de tal questionamento ético essa noção parece adequada para tratar o tema que proponho.

Na vigência da cultura pós-moderna foram apagadas inúmeras fronteiras que a modernidade havia estabelecido. Vale destacar, no campo da escrita, as fronteiras entre autor e leitor, entre literatura culta e literatura de massa, entre história e ficção. Nesse rearranjo de espaços vicejou, entre outras coisas, o comércio de autoria, evidenciado na figura do *ghost writer*. Certos agenciamentos [2] característicos do pós-moderno parecem estimular a crescente participação da figura do *ghost writer* nas áreas de produção de discursos que requerem atribuição de autoria – especialmente o segmento de opinião da mídia, a produção acadêmica e a literatura de massa.

O pós-moderno pode ser definido como dimensão cultural do capitalismo pós-industrial, e nesse contexto se identifica com o tipo de poder que Deleuze atribuiu às sociedades de controle. [3] Essas noções – sociedade de controle, capitalismo pós-industrial e cultura pós-moderna – entrecruzam-se como três distintos vetores – político, econômico e cultural, respectivamente – de um tipo de poder cuja característica mais evidente é a extraordinária flexibilidade.

MULTIPLICIDADE E AUTORIA

Em seus primórdios, a figura do autor não tinha um caráter identitário e nem desfrutava dos privilégios que a modernidade veio a lhe conferir mais tarde. Ela foi concebida pela Retórica da Idade Média como uma função integrante do processo da escrita, que compreendia uma multiplicidade de atores. Segundo Roland Barthes, na linha de montagem concebida pela Retórica “o *scriptor* recopia, pura e simplesmente; o *compiler* acrescenta ao que copia, mas nunca nada que provenha de si próprio; o *commentator* introduz-se bastante no texto recopiado, mas apenas para o tornar inteligível; e o *auctor*, finalmente, dá as suas idéias próprias, mas sempre apoiado noutras autoridades” (BARTHES, 1985: 36).

O processo descrito por Barthes localiza na transcrição, portanto, o ponto de partida da escrita, o que indica uma indissociação entre escrita e leitura e uma total despreocupação com questões de unidade e originalidade. Na Idade Média, um *commentator*, por exemplo, podia ter mais prestígio do que um *auctor*. A noção do autor como criador solitário começou a se formar no século XVII e atingiu seu apogeu com o humanismo, no início do século XIX.

Já no final do século XIX, entretanto, a filosofia e a literatura iniciavam um movimento de revalorização da diferença e da multiplicidade, em detrimento da identidade e da unidade que caracterizavam então o sujeito e o autor. No desdobramento desse processo, forjaram-se conceitos como “modo de subjetivação” (Michel Foucault) e “produção de subjetividade” (Gilles Deleuze e Félix Guattari), que buscam desnaturalizar a figura do sujeito e desconstruí-la como foco de expressão ou como origem do pensamento.

No plano da escrita, a desconstrução do sujeito e a revalorização do múltiplo se manifestam, por exemplo, na noção de intertextualidade, na prática do pastiche e nas teses de Deleuze e Guattari sobre linguagem e literatura, incluindo as noções de agenciamento coletivo de enunciação [4] e literatura menor. [5] No plano da autoria, vale destacar o jogo da heteronímia de Fernando Pessoa e as noções de intercessor [6] (Deleuze) e de autor-modelo [7] (Umberto Eco), além da própria função-autor definida por Foucault.

Nesse contexto, o *ghost writing* poderia ser qualificado, talvez, como uma forma entre outras de exercício da multiplicidade no campo da autoria. Entretanto, o jogo que envolve essa prática visa mais uma

3 - Cf. Deleuze. “Pós Escrito Sobre as Sociedades de Controle”. In: Conversações.

4 - Cf. Deleuze e Guattari. Mil Platôs, p. 41. Para Deleuze e Guattari, toda enunciação remete a agenciamentos coletivos. A individuação só ocorre no nível do enunciado e da subjetivação da enunciação, e ainda assim “quando o agenciamento coletivo impessoal assim o exige e o determina”.

5 - Cf. Deleuze e Guattari. Kafka: Por uma Literatura Menor, p. 25. Literatura menor, segundo Deleuze e Guattari, é a literatura que uma minoria produz na língua da maioria, o que aponta sempre para um agenciamento coletivo de enunciação. Suas características são a potência para desterritorializar a língua dominante, escavando nela uma espécie de língua estrangeira; seu caráter predominantemente político, mesmo quando trata de casos individuais; e sua função de evidenciar a enunciação coletiva.

6 - Cf. Deleuze. *Conversações*, p. 151-156. *Através da noção de intercessor*, Deleuze designa os vetores de interferência que dão movimento ao discurso e desligam-no da questão da originalidade. Os intercessores, segundo Deleuze, induzem relações de ressonância mútua que transformam tanto o objeto da criação quanto os criadores, de tal forma que a obra se produz "entre" indivíduos ou grupos.

7 - Cf. Umberto Eco. *Interpretação e Superinterpretação*, p. 75. "Um texto é um dispositivo concebido para produzir seu leitor-modelo", que, por sua vez, constitui como contraparte um "autor-modelo", afirma Umberto Eco. Por autor-modelo ele entende a "estratégia textual", ou a "intenção do texto".

8 - Cf. Foucault. Nos livros *A Verdade e as Formas Jurídicas* e *Microfísica do Poder*, Foucault aponta o poder disciplinar como uma das grandes invenções da sociedade burguesa na consolidação do capitalismo industrial. A formação da

consolidação da figura identitária do autor, e da autoria como lugar de poder, do que uma abertura da escrita para o múltiplo.

DA DISCIPLINA AO CONTROLE

As ligações entre poder e discurso constituem um tema antigo da filosofia, desde os sofistas, e não se resumem a uma mera afinidade. Como diz Foucault, "o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar" (FOUCAULT, 1996: 10). Por isso, a economia dos discursos numa sociedade é sempre reveladora das relações de poder que a atravessam.

O final do século XVIII marcou a emergência da sociedade disciplinar, [8] o tipo de poder que, segundo Foucault, correspondeu às demandas do capitalismo industrial e no qual proliferaram extraordinariamente os aparelhos de saber, e conseqüentemente a produção de discursos. Foi o tempo da criação da indústria editorial. Como outras matérias-primas da indústria, o discurso passou a ser submetido a procedimentos de classificação e depuração, em que seus componentes socialmente adequados eram separados dos inadequados para processamento e posterior circulação na sociedade.

A ascensão do poder disciplinar foi um fenômeno simultâneo e articulado com a consolidação do sujeito como figura central do pensamento ocidental, e do autor como sua instância criadora. Adotando uma estratégia diferente da sociedade de soberania, que costumava punir discursos transgressores com penas de exclusão – apreensão e destruição de cópias, encarceramento do autor etc – a sociedade disciplinar trouxe o autor para junto do poder (a figura do intelectual foi inventada nessa época), outorgando-lhe direitos de propriedade sobre sua obra. Propriedade em contrapartida à responsabilidade: foi assim que o poder disciplinar concebeu e exerceu sua vigilância sobre os discursos.

O interesse da indústria editorial precedeu o do autor, entretanto, no usufruto dos direitos de propriedade. A primeira lei de *copyright*, sancionada no início do século XVIII na Inglaterra, reservava ao editor, e não ao autor, os direitos de reprodução da obra. O direito autoral como se conhece hoje, centrado no criador da obra, foi instituído mais tarde, durante a Revolução Francesa. Daí em diante, o *droit d'auteur* e o *copyright* configurariam duas tendências distintas de tratamento do direito autoral, a primeira consagrada nos países latinos e a segunda nos anglo-saxônicos.

Enquanto o *droit d'auteur* estabelece um vínculo ético entre autor e obra, por meio da noção de direito moral [9] – o segundo se ocupa exclusivamente dos aspectos patrimoniais e comerciais relativos à reprodução dos discursos.

Na primeira metade do século XX o poder disciplinar entrou em crise – uma crise que se evidenciaria a partir da Segunda Guerra Mundial – e perdeu muito de sua eficácia. Deleuze propõe o termo “sociedade de controle” para o tipo de organização social que começou a se formar nessa época, paralelamente e em sintonia com a fase pós-industrial do capitalismo.

O controle não se opõe nem se diferencia radicalmente da disciplina. Ele opera, pode-se dizer assim, a desterritorialização da disciplina, na medida em que dispensa demarcações de espaço. Deleuze concebe a crise da sociedade disciplinar como uma crise generalizada dos espaços fechados, dos “interiores” – seja da família, da escola ou do aparelho de estado. O funcionamento da sociedade de controle, como ele a define, passa pela flexibilização das fronteiras.

No campo dos discursos, a dinâmica do controle se expressa na abertura das fronteiras da autoria, que eram guardadas pelos intelectuais. Elas ganham mobilidade e passam a ser regidas por critérios de mercado. O valor de uso (propriedade) que o discurso tinha na sociedade disciplinar se converte em valor de troca (mercadoria) na sociedade de controle. Agora não se trata de peneirar, de separar o útil do inútil, como prescrevia o poder disciplinar, mas sim de produzir arranjos, múltiplas combinações, versões, segmentações, enfim, de inscrever o discurso num circuito de mercado, em que tudo se aproveita e se recicla.

DO CAPITALISMO INDUSTRIAL AO PÓS-INDUSTRIAL

A formação da sociedade de controle correspondeu ao início da fase pós-industrial do capitalismo. O foco da atividade econômica se deslocou da produção, e mesmo da venda, para o *marketing*, que é a técnica de controlar mercados por meio de intervenções na relação entre oferta e demanda. No capitalismo pós-industrial, observou Deleuze, a fábrica perde terreno para a figura mais abrangente e flexível da empresa. [10]

Enquanto as riquezas do capitalismo industrial eram as máquinas, o estoque e a mercadoria física, as riquezas do capitalismo pós-industrial são a informação, o conhecimento e os produtos do mercado cultural.

sociedade disciplinar teria ocorrido paralelamente à reorganização, a partir do final do século XVIII, do sistema judiciário e penal na Europa. As penas de exclusão características da sociedade de soberania (formação predominante no feudalismo) foram gradativamente substituídas por penas de reclusão com finalidade de disciplinamento.

9 - Os direitos morais do autor, concebidos originalmente como intransferíveis e irrenunciáveis, consistem basicamente na atribuição de paternidade e no direito de preservação da integridade da obra.

10 - Cf. Deleuze. Conversações. p. 221-224.

11 - Cf. Pierre Lévy. *O Que é o Virtual*, p. 48. "Não há mais um texto, discernível e individualizável, mas apenas texto, assim como não há uma água e uma areia, mas apenas água e areia".

12 - Cf. Foucault. *A Ordem do Discurso*, p. 29-36.

13 - Cf. Janice Caiafa. *Nosso Século XXI – Notas Sobre Arte, Técnica e Poderes*, p. 25. "O capitalismo vive muito de provocar grandes disponibilidades, seus investimentos serão cada vez mais do porte do universal. Interessa também à sua axiomática que os vínculos sejam os mais precários, que se sorva o máximo no excesso, que a sociedade impeça a duração. Uma aposta talvez seja que se consiga estabelecer aí mesmo, nesses novos circuitos, outras relações – mas será sempre contra a crença fácil de que a disponibilidade é em si mesma generosa".

14 - Cf. Deleuze e Guattari. *Mil Platôs*, p. 17.

Na década de 50 do século XX, os países tecnologicamente mais desenvolvidos cunharam o termo genérico "propriedade intelectual" para designar, e proteger contra pirataria, essas riquezas imateriais – marcas, patentes, desenho industrial e obras artísticas e literárias.

A emergência dessas novas formas de riqueza se traduz na progressiva mercantilização do conhecimento e na difusão acelerada de novas tecnologias ligadas à informação e à comunicação. Um desdobramento politicamente relevante desse processo é a tendência do poder contemporâneo de reduzir o discurso à categoria neutra de informação, esvaziando sua potência de ato para facilitar sua circulação como produto de consumo.

A concepção de Pierre Lévy do texto como fluxo [11] agencia-se com a lógica da informação-mercadoria. Tratado dessa forma, como algo que se oferece à manipulação, o texto perde sua densidade e sua distância em relação ao leitor. Perde sua capacidade de afetar, de provocar estranheza. Torna-se, assim, passível de ser consumido sem risco de indigestão. Foucault demonstrou que a sociedade disciplinar se apoiava nos princípios do comentário, do autor e das próprias disciplinas para subtrair ao discurso sua potência de ato. [12] Talvez se possa dizer que a sociedade de controle persegue este mesmo objetivo, mas pela via da disponibilidade. [13]

A noção do texto como coisa inerte, sem contornos definidos, disponível para todo tipo de uso, contrasta também com a potência atribuída por Deleuze aos movimentos de desterritorialização, e com sua visão da própria linguagem. Para Deleuze, linguagem não é mera transmissão de informação, mas sim transmissão de palavras de ordem; [14] é agenciamento entre enunciado e ato, na medida em que implica inevitavelmente atitudes de acolhimento ou de resistência.

A convicção de pensadores como Lévy de que as redes digitais dissolvem a identidade autoral e estimulam a intersubjetividade dá margem, freqüentemente, à idéia de que a Internet é uma ferramenta politicamente revolucionária. Entretanto, uma coisa não leva necessariamente à outra. A disponibilidade do texto, seja pela Internet ou por outros meios de reprodução, também pode servir para fomentar estratégias de apropriação socialmente concentradoras e excludentes.

O próprio Lévy fornece essa pista quando vislumbra na expansão das redes digitais uma possibilidade de se implantarem controles eficazes sobre o "consumo" dos produtos intelectuais. A solução consistiria,

segundo ele, em substituir os sistemas convencionais de arrecadação do direito autoral por sistemas de contagem contínua do consumo de informações pelos usuários finais. [15] Dessa forma, junto com as contas de água e energia teríamos em nossa caixa de correio, todo final de mês, a conta de “informação”. Em tempos de alto consumo poderíamos, quem sabe, parcelar o pagamento no cartão de crédito. Ou ficaríamos sujeitos a sobretaxas, racionamento e outros tipos de pressão, dependendo dos interesses políticos dominantes.

O tratamento do discurso como informação neutra se agencia também com a retórica do fim da autoria individual. Entretanto, não interessa ao capitalismo pós-industrial abrir mão da figura do autor, uma vez que só ela, por enquanto, possibilita ativar os mecanismos de apropriação autoral. Interessa, sim reorientar a autoria na direção corporativa.

Noutras palavras, é conveniente continuar cultivando a identidade autoral, mas como um jogo de aparências. O nome do autor passa a funcionar como uma marca comercial. No próspero mercado da literatura de massa, por exemplo, o nome do autor importa tanto ou mais do que a obra, assim como as *griffes* vão se tornando mais importantes do que os produtos vendidos sob sua chancela.

No âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC), é bem nítido o caráter corporativo das disposições relacionadas ao direito autoral. Recentes deliberações do acordo TRIPS [16] sobre *copyright* foram motivadas unicamente pelo interesse de grandes corporações empresariais, senão vejamos: aplicar o mesmo direito concedido a obras literárias (no mínimo 50 anos de exploração exclusiva) aos programas de computador; e estender as regras de *copyright* ao aluguel comercial de programas de computador e filmes. [17]

Na esfera jurídica, as pressões corporativas para alterar o regime de apropriação dos discursos se refletem na tendência contemporânea de se enfraquecer o *droit d'auteur* e conferir primazia absoluta ao *copyright*. A atual definição da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI) dá ênfase ao direito patrimonial e retira do direito moral do autor seu sentido original de responsabilidade, [18] tornando possível, por exemplo, a renúncia a esse direito, o que reforça a lógica da disponibilidade e do comércio na esfera da autoria. Um exemplo é a legislação canadense de direito autoral: herdeira da tradição do *droit d'auteur*, mas cada vez mais pressionada pelos interesses corporativos do

15 - Cf. Pierre Lévy. O Que é o Virtual?. p. 65

16 - O Acordo TRIPS (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) é o instrumento da Organização Mundial de Comércio que disciplina questões relativas à propriedade intelectual.

17 - Cf. informação encontrada na home page da Organização Mundial do Comércio. <<http://www.wto.org>>. Acesso em 23/05/01.

18 - Cf. texto encontrado na home page <<http://www.wto.org>>. Acesso em 23/05/01. A atual definição da OMPI de direito moral do autor não menciona o caráter intransferível do direito moral, limitando-se a estabelecer que “a proteção aos direitos de reprodução inclui também os direitos morais, que envolvem o direito de reclamar autoria de um trabalho e o direito de oposição a alterações que possam comprometer a reputação do autor”.

19 - Cf. texto disponível na home page <<http://www.robic.ca/publications>>. Acesso em 10/05/01. No capítulo 14.1(2) da lei canadense de direito autoral, que trata de "cessão e concessão", consta que: "os direitos morais existem independentemente de toda cessão do direito de autor e contam com igual proteção. O direito moral é intransferível mas, por outro lado, pode-se renunciar a ele. No caso, por exemplo, em que alguém engaja um ghost writer para escrever o que apresentará como sua biografia, haverá uma remuneração prévia não somente para assegurar uma cessão do direito autoral desse escritor-fantasma como, igualmente, para obter em seu favor uma renúncia ao direito moral desse criador 'anônimo'. Isso permitirá a não indicação desse criador como autor da obra, ou mesmo a indicação de um outro como seu criador".

20 - Cf. Lyotard. A Condição Pós-Moderna.

21 - Cf. Linda Hutcheon. Poética do Pós-modernismo: História, Teoria, Ficção, p. 72.

copyright, sua mais recente configuração deixa entrever um certo malabarismo intelectual para acomodar as duas tendências. [19]

DO MODERNO AO PÓS-MODERNO

A noção de cultura pós-moderna sugere o afrouxamento da histórica tensão entre cultura e mercado, ou mesmo, numa perspectiva mais radical, a adesão ao mercado cultural. Nesse contexto, movimentos contemporâneos da filosofia e das ciências humanas como a revalorização da multiplicidade e da intertextualidade, a denúncia do fundamento político das verdades, a desconstrução do sujeito e do autor e a desmitificação da literatura dita culta, tendem a ser interpretados de forma conveniente para o mercado e convertidos em água para o seu moinho.

O tema da morte (ou desconstrução) do sujeito e do autor, que marcou a literatura e o pensamento filosófico a partir da segunda metade do século XIX, continua presente, mas não mais na perspectiva trágica que a modernidade lhe conferiu. Em vez da tragédia, é na paródia que se realiza a encenação pós-moderna dessa morte.

O recurso sistemático à intertextualidade, e a incredulidade em relação às metanarrativas de legitimação, apontada por Lyotard como uma característica fundadora do pós-moderno, [20] são tendências que podem servir tanto para afirmar a multiplicidade e a diferença como para suscitar interpretações irônicas acerca da autoria e da verdade em proveito do projeto capitalista.

Para Linda Hutcheon, a "tensão irônica" permite lidar com as contradições pós-modernas sem ceder à tentação de resolvê-las dialeticamente e sem reduzir tais contradições a esquemas binários e hierarquias de valores. [21] Para Deleuze, ao contrário, a ironia remete ainda a princípios, busca fundamentos. "Há na ironia uma pretensão insuportável: a de pertencer a uma raça superior e ser a propriedade dos mestres" (DELEUZE; PARNET, 1998:83). Pode-se atribuir à condição pós-moderna tanto a presunção de estar acima das contradições quanto a humildade de não pretender resolvê-las; tanto a covardia de negar o trágico quanto a coragem de enfrentá-lo sem angústia; tanto o cinismo de legitimar o "vale-tudo", que converte diferença em indiferença, quanto a serenidade de acolher o múltiplo.

A tendência de apagamento da fronteira entre literatura culta e literatura popular funciona, também, de maneira ambígua na lógica pós-moderna. Ao mesmo tempo em que se oferece como contribuição para

dessacralizar a figura do autor-intelectual, sua bússola é o mercado. Passível de segmentação variada e flexível, e portanto mais afeita aos jogos do *marketing*, a literatura dita pós-moderna é uma categoria facilmente assimilável pelo regime dos *best-sellers*, que acolhe sem restrições o comércio de autoria.

AGENCIAMENTOS DO COMÉRCIO DE AUTORIA

Desejo... necessidade... Em que pese o rigoroso questionamento contemporâneo da identidade de autor, ela está em alta na cultura pós-moderna. É objeto de desejo, de cobiça, e, pela lógica do mercado, onde há desejo há oportunidade de negócio. Eis aí um típico agenciamento capitalista.

Tornar-se autor é uma meta de muitos cidadãos pós-modernos, e essa meta já não parece tão distante. A sensível redução dos custos da indústria editorial e a padronização dos gêneros e dos recursos ditos “literários” tornam-na acessível a praticamente qualquer pessoa. Sobre isto Deleuze faz um comentário mordaz: “Cada um parece, e parece a si mesmo, preenhe de um livro, basta que tenha uma profissão ou simplesmente uma família, um pai doente, um chefe abusivo” (DELEUZE, 1992:163).

De fato, um gênero da literatura de massa que, sintomaticamente, não pára de crescer é o das autobiografias, e o interesse do mercado cultural prevalece claramente, nesse segmento, sobre a verdade da autoria. Biografia de gente famosa vende, e vende mais quando o narrador é “eu”. O leitor constituído pelo mercado cultural prefere, muitas vezes, um “eu” fictício, um autor “*fake*”, a ser confrontado com uma multiplicidade que, apesar de real, provoca estranheza e ameaça derrubar mitos que lhe são caros.

A complacência da cultura pós-moderna frente à lógica do mercado cultural e o tratamento do discurso como informação disponível para consumo estabeleceram um ambiente acolhedor para o comércio de autoria. O *ghost writing* pós-moderno é acima de tudo um negócio, uma atividade regida por parâmetros de mercado e que não difere, nos seus agenciamentos básicos, de outras atividades comerciais. *Ghost writers* anunciam-se pela Internet, organizam-se empresarialmente e procuram adequar seus serviços à demanda.

Os segmentos de mercado onde se concentra a atividade de *ghost writing* são precisamente as áreas de produção de discursos que requerem atribuição de autoria: literatura de massa, produção acadêmica e espaços

de opinião da mídia (artigos assinados), principalmente. Cada vez mais esses segmentos se entrelaçam e se realimentam mutuamente. A tese abre espaço para o artigo e o livro; estes, por sua vez, constituem matérias-primas para a produção de teses.

Uma vez detectada a “oportunidade” de colocar um livro no mercado, o aspirante a autor tem duas alternativas: “faça você mesmo”, um caminho que os norte-americanos valorizam bastante e que se materializa em centenas de títulos de auto-ajuda literária; ou “contrate um *ghost writer*”, espécie de atalho escolhido em nome da eficácia e da queima de etapas. Uma alternativa intermediária seria contratar serviços de *personal training* literário, atividade também bastante difundida nos Estados Unidos e que consta do *mix* de serviços de muitos *ghost writers*.

Tecnicamente, *ghost writing* é uma forma de terceirização – ou *outsourcing*, como preferem os *marketeiros* – operação que consiste na transferência para terceiros de parte de um processo de produção. Os manuais de administração de empresas indicam a terceirização quando a atividade em questão é intermediária no conjunto do negócio; quando existe um mercado fornecedor em disponibilidade, ou seja, oferta maior do que a procura; quando a transferência para terceiros traz ganhos de produtividade; quando a qualidade do produto ou serviço pode ser controlada por meio de padrões objetivos; e finalmente, até como resultado desse conjunto, quando a relação custo-benefício de todo o processo é positiva.

Pela ótica do mercado, se o texto é um produto e o nome do autor é a marca desse produto, então a escrita pode ser considerada uma atividade intermediária, por isso passível de terceirização. De fato, para “autores” da literatura de massa o discurso é um meio de ganhar dinheiro; para figuras públicas – políticos, empresários, artistas etc – um meio de obter mais notoriedade ou poder; para graduandos ou pós-graduandos, um meio de obter o título e ter acesso às vantagens profissionais decorrentes.

Para se definir o que é atividade-meio e o que é atividade-fim de um negócio, é preciso visualizar a produção como um processo segmentado. No caso do *ghost writing* essa segmentação se fundamenta na noção de que escrever é uma habilidade específica, e que ter boas idéias ou dominar um saber não significa necessariamente escrever bem. “Have story: want writer” (Tenho história: procuro escritor). Esta mensagem em estilo de classificados de jornal – título da *home page* de Nancy Bacon, [22] *ghost writer* nos Estados Unidos – ilustra bem a questão da segmentação. Se é

22 - Cf. Nancy Bacon. Texto encontrado na home page <<http://www.qcorpllt.com/ghost.html>>. Acesso em 11/03/01.

possível ter uma história e não a escrita dessa história, está feita a base para o comércio de autoria.

A segmentação da indústria editorial também se traduz na diversidade de agentes que nela atuam. Um livro autobiográfico ou, genericamente, não ficção narrada por celebridade, costuma ter nos bastidores uma equipe de revisores e “preparadores” que dão forma final ao texto. Na mídia, a segmentação sempre foi reconhecida como algo natural. Quando não existiam ainda as faculdades de jornalismo, era comum nas redações de jornal a figura do repórter investigador, às vezes semi-analfabeto mas com grande talento para “garimpar” notícias. As matérias eram escritas por redatores, alguns dos quais nunca saíam à rua para fazer entrevistas.

Produtividade e padronização são fatores que se realimentam mutuamente. Produzir mais em menos tempo depende muito do grau de padronização que se possa alcançar numa determinada atividade. Em todos os tipos de negócio se buscam métodos e tecnologias que permitam melhorar essa equação, e no mercado de discursos não é diferente: tanto a literatura de massa como os artigos jornalísticos e as teses acadêmicas obedecem a padrões mais ou menos preestabelecidos.

A *ghost writer* norte-americana Karen Mitura explica assim, em sua *home page* na Internet, o fato de escritores de *best-sellers* montarem equipes de *ghost writers* para incrementar sua produção: “esses autores têm um nome comercial. Quanto mais produzem mais criam mercado para novos produtos, o que aumenta seu espaço nas prateleiras e, conseqüentemente, seus ganhos.” [23]

Na mídia, produtividade é mais do que uma conveniência: é um fator crítico. Divulgar notícias em primeira mão quase sempre significa vender mais do que os concorrentes, o que sujeita todos os agentes de produção dessa indústria a prazos extremamente curtos. No meio acadêmico, parâmetros de produtividade vão sendo gradativamente incorporados à produção tanto de alunos quanto de professores, e a chamada “dedicação exclusiva”, que teoricamente serviria para suavizar a pressão do tempo, vai se tornando mais rara, seja em função da falta de recursos para prover remuneração compatível com esse compromisso, seja por falta de interesse de muitas instituições nesse tipo de vínculo.

A retórica do comércio de autoria se baseia, freqüentemente, em argumentos relacionados à produtividade. Do ponto de vista do comprador, a justificativa para recorrer a serviços de *ghost writers* é, quase

23 - Cf. Karen Mitura. Texto encontrado na home page <<http://www.karenmitura.com/info/faq.htm>>. Acesso em 02/11/00.

sempre, falta de tempo. Os profissionais do ramo aproveitam o mote e propõem transformar este problema em solução, usando em suas mensagens publicitárias expressões como “para quem não tem tempo a perder”.

A informática e a Internet são ferramentas valiosas para os entusiastas da produtividade. O mercado é pródigo em “soluções” para isso, oferecendo desde *softwares* “amigáveis” para facilitar a produção de textos até *sites* especializados em trabalhos acadêmicos, *papers*, discursos etc. Alguns deles advertem que os textos, embora disponíveis para *download*, devem ser usados exclusivamente como material de pesquisa (speedyresearch.net, freessay.com). Outros, como o schoolsucks.com, focalizam exclusivamente os aspectos comerciais do negócio. Além dos produtos “de prateleira”, diversos *sites* oferecem também serviços personalizados de produção dos textos, ou seja, *ghost writing*.

Nos últimos dois anos, o mercado de *ghost writers* “pontocom” cresceu vertiginosamente também no Brasil. Um dos maiores *sites* nessa área, quase um portal, é o Mundo Acadêmico (www.mundoacademico.rg3.net), que oferece desde trabalhos prontos em todas as áreas de ensino até trabalhos sob encomenda, para graduação e pós-graduação.

O comércio de autoria vem se disseminando rapidamente pelo sistema de ensino e chegando até as crianças – formando os consumidores do futuro, diriam os marketeiros. É possível encontrar em bancas de jornal, por exemplo, publicações em CD-Rom oferecendo pacotes de trabalhos prontos, “para você garantir boas notas.” [24]

ÉTICA DA EFICÁCIA

Ao abrir espaço para a instalação da lógica do mercado nos mais variados campos de produção de discursos – da literatura à área acadêmica – a cultura pós-moderna reduz questões e tensões contemporâneas a uma ética da eficácia. O valor “verdade” foi submetido a uma espécie de operação plástica, transmutando-se em desempenho e eficácia, e com isso realimentando a lógica do mercado. A autoria não parece constituir um empecilho à implantação dessa nova ordem; ao contrário, torna-se mais um item de consumo, e portanto de comércio.

A literatura de massa experimenta hoje uma expansão acelerada, que faz com que a figura do *ghost writer* vá sendo gradativamente assimilada. Na lógica do *best seller*, não importa se o nome do autor

24 - Chamada de capa da publicação CR-ROM Escola. Editora Europa, 2000.

coincide com a pessoa que escreve; o que importa é se o produto, associado a essa marca, vende. No meio jornalístico, da mesma forma, a verdade sempre esteve longe de valer mais do que a eficácia. Um jornal é uma indústria, um ambiente totalmente identificado com a lógica do mercado, e nos seus espaços assinados o critério que prevalece é o da *griffe*, isto é, da marca que atrai leitores.

Talvez por essa familiaridade com a lógica da eficácia, o meio jornalístico fornece uma parte substancial da mão-de-obra para o mercado de *ghost writing*. Seja como redator *freelancer*, seja como assessor de imprensa, uma das tarefas mais bem pagas da profissão de jornalista é a redação de artigos e livros sob encomenda para políticos, empresários, artistas e celebridades de modo geral.

Na área acadêmica, embora o comércio de autoria configure crime de falsidade ideológica e, em certos casos, estelionato, na prática ele não enfrenta resistência – ao contrário, trata-se hoje, quantitativamente, do maior segmento de mercado e o que mais gera anúncios nos jornais, em função do grande número de potenciais clientes (graduandos e pós-graduandos de universidades públicas e privadas). A obrigatoriedade da monografia de bacharelado, instituída no final da década de 80, criou uma base sólida de demanda que gera negócios com incrível regularidade.

Em que pesem possíveis vantagens decorrentes da adoção de parâmetros de mercado na Universidade – produtividade, avaliação por desempenho etc – essa política vem contribuindo para fomentar a presença de *ghost writers* no meio acadêmico. Mesmo sendo arriscado estabelecer uma relação de causa e efeito entre as duas coisas, é razoável supor que até mesmo docentes bem preparados, quando pressionados por metas de produtividade, busquem alternativas para fazer frente a essas exigências. Entre as menos ortodoxas destaca-se o recurso a um *ghost writer*.

Umberto Eco chega a aconselhar docentes que estejam cursando a pós-graduação para solucionar problemas econômicos ou para cumprir exigências legais que recorram a *ghost writers*. Ainda que dado “a título paradoxal”, [25] o conselho pressupõe o reconhecimento de agenciamentos que induzem o pós-graduando a cometer essa ilegalidade.

Ao individualizar a autoria e tornar o discurso um objeto de apropriação, a sociedade disciplinar abriu espaço para o surgimento do *ghost writer*. Ao fazer do discurso disponibilidade, a sociedade de controle estimula a institucionalização dessa figura, pois a base do comércio de

25 - Cf. Umberto Eco. Como se Faz uma Tese, p. 4.

26 - Este texto foi apresentado em forma de comunicação no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Sessão Temas Livres – setembro de 2002.

autoria é o interesse capitalista de inscrever a escrita num circuito de produção e consumo sem abrir mão da apropriação autoral.

A cultura pós-moderna, com sua adesão ao mercado cultural e seu desprezo pelos discursos de verdade, parece contribuir, ainda que indiretamente, para a legitimação do comércio de autoria. Embora, publicamente, se condene o *ghost writer*, nos bastidores do mercado essa figura vai sendo gradativamente transformada, pelo discurso da eficácia, em algo como um “mal necessário”. [26]

BIBLIOGRAFIA

- BARTHES, Roland. *A Aventura Semiológica*. Lisboa: Ed. 70, 1985.
- CAIAFA, Janice. *Nosso Século XXI – Notas Sobre Arte, Técnica e Poderes*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.
- DELEUZE, Gilles. *Conversações*. São Paulo: Ed. 34, 1992
- ; GUATTARI, Félix. *Kafka: Por uma Literatura Menor*. Rio de Janeiro: Imago, 1977.
- , *Mil Platôs*. São Paulo: Ed. 34, 1995.
- ; PARNET, Claire. *Diálogos*. São Paulo: Escuta, 1998.
- ECO, Umberto. *Como se Faz uma Tese*. São Paulo: Perspectiva, 1999
- , *Interpretação e Superinterpretação*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- FOUCAULT, Michel. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.
- , *A Verdade e as Formas Jurídicas*. Rio de Janeiro: Nau, 1974
- , *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- , *O que é um autor?* Lisboa: Vega, 1992
- HUTCHEON, Linda. *Poética do Pós-modernismo: História, Teoria, Ficção*. Rio de Janeiro: Imago, 1991.
- LÉVY, Pierre. *O que é o Virtual?*. São Paulo: Ed. 34, 1996
- LYOTARD, J.F. *A Condição Pós-Moderna*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.