
Desmediatização como estratégia para o exercício do poder nos discursos de Olavo de Carvalho¹

Lucas PULLIN²

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, PR

RESUMO

O presente resumo irá traçar uma breve genealogia dos discursos do influenciador da extrema-direita Olavo de Carvalho, produzidos na plataforma digital Facebook, em que buscou desacreditar a imprensa e os jornalistas. A partir dos óculos teóricos de Michel Foucault e do conceito de desmediatização, proposto por Han, o trabalho irá apontar que os discursos produzidos pelo escritor brasileiro entre os anos de 2017, 2018 e 2019 foram usados como estratégia para o exercício do poder, para deslegitimar o papel dos meios de comunicação tradicionais e, assim, reforçar ideias extremistas e conspiratórias.

PALAVRAS-CHAVE: desmediatização; discurso; Olavo de Carvalho; imprensa; poder.

Introdução

No final da década de 1970, o historiador francês Pierre Nora (1979) explicava que eram os meios de comunicação de massa - rádio, cinema, jornais, revistas e televisão - os responsáveis por mediar os acontecimentos do mundo, definindo o que seria um fato. Por conta disso, os jornalistas, por exemplo, exerciam o poder sobre as narrativas do cotidiano, a ponto de a imprensa ser considerada o quarto poder (Traquina, 2002). Seguindo o princípio do poder que controla o poder, os meios de comunicação detinham o papel privilegiado de serem os responsáveis pela fiscalização dos outros três poderes da República - o Executivo, Legislativo e Judiciário. A mídia era, portanto, vista como a defensora da democracia.

Entretanto, com o surgimento da comunicação digital e, mais precisamente, com o aparecimento das plataformas de relacionamentos em rede, no final do século XX e início do XXI, a influência e a representatividade da imprensa passou a ser questionada. Han (2018, s.p) diz que, a partir disso, a mediação feita pelos veículos de mídia tradicionais perde a força e as informações transmitidas pelos jornalistas “são interpretadas como não transparência e ineficiência, como congestionamento de tempo e de informação”. Este fenômeno será chamado por ele de desmediatização, ou seja,

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, mestre em história, professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), email: lucaspullin@gmail.com.

quando há perda de credibilidade e de espaço, por parte da mídia, de mediar os acontecimentos do mundo.

Entendendo a desmediatização como um movimento estratégico para o exercício do poder e produção de sentido, este trabalho irá apresentar uma análise de discursos postados na plataforma Facebook pelo influenciador digital da extrema-direita brasileira, Olavo de Carvalho. Em tais *posts* ele busca descredibilizar os meios de comunicação e outras instituições produtoras de saber, como as universidades, por exemplo. Escritor e autointitulado filósofo, Carvalho foi um dos principais propagadores de mentiras e teorias conspiratórias contra tudo o que fosse considerado divergente de suas ideias.

A partir da genealogia do poder de Michel Foucault (1999, 2014), a relação entre o exercício do poder pela produção de saberes será problematizada como fundamental para entender o processo de desmediatização. Sendo assim, observa-se que Olavo de Carvalho cria discursos de contra-saberes, com o objetivo de produzir sentido às suas teorias conspiratórias a partir da desconstrução de saberes aceitos atualmente. Com base nisso, ele tenta exercer o poder ao propor novos saberes baseados em desinformação, tendo como suporte os mecanismos de circulação dos discursos nas plataformas de redes sociais. O que será mostrado neste trabalho é que, por meio da descredibilização dos meios de comunicação tradicionais e dos jornalistas, o guru da extrema-direita visava criar um regime de verdade em que ele próprio era a única pessoa habilitada a proferir discursos capazes de conduzir a conduta da sociedade.

Para tanto, a análise irá se basear em postagens feitas por Olavo de Carvalho entre os anos de 2017, 2018 e 2019. O período delimitado é significativo para compreender a ascensão da extrema-direita brasileira, uma vez que em 2017, um ano após o impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff, os movimentos conservadores e autoritários começaram a se organizar para lançar o então deputado federal Jair Bolsonaro como candidato à presidência da República. O ano de 2018 representou a campanha eleitoral, que seria vencida por Bolsonaro, enquanto 2019 foi o primeiro ano do novo governo e, portanto, era preciso consolidar as políticas e ideias defendidas por movimentos extremistas (Gomes, 2020). É neste contexto que a desmediatização operada por Olavo de Carvalho foi fundamental para que boa parte da população brasileira - pelo menos mais da metade dos eleitores que compareceram às urnas em 2018 - passasse a acreditar mais em informações que circulavam nas plataformas

digitais e redes telemáticas produzidas por grupos organizados do que na mídia tradicional.

Para que seja possível a análise proposta por este artigo será preciso, em um primeiro momento, estabelecer o lugar da mídia como produtora de um saber aceito como verdade para, então, compreender o processo de perda de credibilidade a qual ela é submetida.

O saber da mídia e a luta pelo exercício do poder

Na conhecida aula inaugural dada por Foucault no *Collège de France*, em 1970, que ficou conhecida como *A ordem do discurso*, o filósofo inicia a discussão com um questionamento: “o que há, enfim, de tão perigoso no fato de as pessoas falarem e de seus discursos proliferarem indefinidamente? Onde, afinal, está o perigo” (2014, p. 8). A pergunta formulada evidencia a força exercida pelo discurso e a capacidade de sujeição que ele carrega, residindo aí a importância de controlá-lo, selecioná-lo, organizá-lo e redistribuí-lo. Com isso, Foucault vai inserir o discurso na ordem da estratégia, como um mecanismo para o exercício do poder.

O discurso, portanto, é objeto de disputas, de desejo por parte de quem almeja exercer o poder sobre outros. “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 nós queremos apoderar” (Foucault, 2014, p. 9-10). O discurso, por sua vez, vai produzir saberes, entendidos não como conhecimentos adquiridos, mas sim um conjunto de elementos, como “objetos, tipos de formulações, conceitos e escolhas teóricas” (Foucault, 2000, p. 110). Assim, percebe-se que o exercício do poder só irá funcionar a partir da produção de saberes que sejam aceitos como verdadeiros.

Dentro desta concepção foucaultiana, pode-se entender o papel que os meios de comunicação têm como instâncias produtoras de saberes e, conseqüentemente, como local de exercício do poder. Ao ser considerada como instrumento para a mediação dos acontecimentos do mundo, a imprensa acaba por ser responsável também pela narrativa do tempo presente. O desenvolvimento da história é um jogo de relações de poder, em que surgem as normas de convivência e as disputas políticas, por exemplo. Assim, grupos que buscam sujeitar a subjetividade da população precisam assumir o controle da narrativa histórica (Dreyfus & Rabinow, 1995).

Desmediatização e descrédito

Em pleno século XXI, os meios de comunicação tradicionais já não são capazes de responder aos anseios de uma parte da população cada vez mais conectada por meio de dispositivos móveis. “A tecnologia requer e produz mudanças sociais e organizacionais” (Briggs & Burke, 2004, p. 194), ou seja, o desenvolvimento tecnológico proporcionou um novo canal de difusão dos acontecimentos e de expressão de opiniões, sem a necessidade de um intermediador, no caso os comunicadores e jornalistas.

A internet e as redes móveis trouxeram novas maneiras de pensar o processo comunicacional, as quais Castells (2017) vai chamar de autocomunicação de massa. O modelo tradicional dos meios de comunicação, em que um emissor fala para muitos receptores, é reconfigurado e o papel do emissor e do receptor se mistura. Agora, todos podem falar para todos, desde que estejam dentro das plataformas de redes sociais online (Silveira, 2019).

Entretanto, a mudança no processo de comunicação não foi só tecnológica, mas também significou novas formas de pensar a cultura da mídia, com novos hábitos de socialização e maneiras de relacionamento entre o público e a informação. Han (2018) vai explicar que a partir da comunicação digital, o leitor se tornou ativo dentro do processo de produção da notícia, não aceitando mais o papel do consumidor que apenas recebe conteúdos e não tem a capacidade de expressar a própria opinião. Enquanto no jornalismo as informações são organizadas, filtradas e apuradas, segundo critérios definidos pelos próprios profissionais, para só depois serem publicadas (Traquina, 2002), nas redes digitais, este processo desaparece.

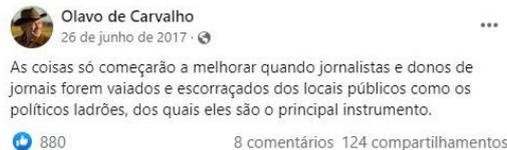
Olavo de Carvalho e a mídia em xeque

Morto em janeiro de 2022, Olavo de Carvalho é um dos principais nomes da extrema-direita que ganhou força no Brasil após as manifestações de julho de 2013. Mesmo tendo escrito livros e artigos na imprensa tradicional desde o começo da década de 1990, Carvalho se tornou mais popular a partir das plataformas digitais. Defensor de teorias conspiratórias, negacionistas e conhecido propagador de informações mentirosas, ele buscou criar em torno de si uma aura de intelectual antissistema que possuía as chaves para levar a sociedade por um caminho de conhecimento e moralidade que só ele poderia conduzir.

No entanto, para que isso pudesse ser concretizado ele precisou atacar tudo e todos que fossem contra sua visão de mundo. Uma das estratégias adotada pelo influenciador extremista foi de desacreditar a mídia.

Em 26 de junho de 2017, por exemplo, Carvalho defendeu que jornalistas deveriam ser humilhados publicamente.

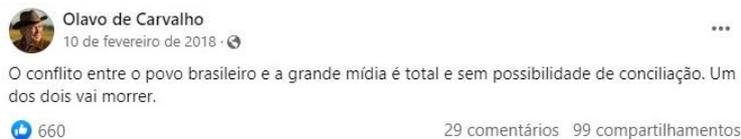
Figura 1



Fonte: <https://www.facebook.com/275181425967272/posts/852929614859114>

Já em 10 de fevereiro de 2018, o escritor vai criar uma postagem em que coloca imprensa e sociedade em lados opostos de um conflito imaginário.

Figura 2



Fonte: <https://www.facebook.com/275181425967272/posts/972332896252118>

Quase um ano depois, com Jair Bolsonaro ocupando a presidência da República, Olavo de Carvalho voltou a reforçar o discurso de que população e imprensa seriam inimigas em uma guerra fictícia.

Figura 3



Fonte: <https://www.facebook.com/275181425967272/posts/1201372880014784>

As três postagens evidenciam a estratégia olavista para desacreditar a mídia e, assim, criar na mente de seus seguidores o sentido de que a imprensa atuaria como arma em uma batalha ideológica. Portanto, na visão de Carvalho, seus seguidores deveriam boicotar os veículos de comunicação, passando a acreditarem apenas em influenciadores digitais, mais especificamente apenas nele.

Considerações Finais

As postagens evidenciam a estratégia olavista para desacreditar a mídia e, assim, criar na mente de seus seguidores o sentido de que a imprensa atuaria como arma

em uma batalha ideológica. Portanto, na visão de Carvalho, seus seguidores deveriam boicotar os veículos de comunicação, passando a acreditar apenas em influenciadores digitais, mais especificamente apenas nele.

A desmediatização funciona, portanto, como estratégica para o controle do discurso e a narrativa histórica do tempo presente. Desta maneira, evidencia-se a tentativa de exercício do poder ao buscar reduzir a imprensa e os jornalistas a inimigos públicos, sem credibilidade.

Referências

Briggs, A., & Burke, P. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2024.

Castells, M. **O poder da comunicação**. 2. ed. São Paulo, Paz e Terra, 2017.

Dreyfus, H. L., & Rabinow, P. (org). **Michel Foucault: uma trajetória filosófica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

Foucault, M. **Em defesa da sociedade: curso no Collège de France (1975-1976)**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

Foucault, M. Sobre a arqueologia das ciências. Resposta ao circuito de epistemologia. In: Foucault, M. **Ditos e escritos II: arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

Foucault, M. **A ordem do discurso**. 24a. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

Gomes, W. **Crônica de uma tragédia anunciada: como a extrema-direita chegou ao poder**. Salvador: Sagga Editora e Comunicação, 2020. *E-book*.

Han, B. C. **No enxame**. Petrópolis: Vozes, 2018. *E-book*.

Nora, P. O retorno do fato. In: Le Goff, J., & Nora, P. (org). **História: novos problemas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora, 1979.

Silveira, S. A. **Democracia e os códigos invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2019. *E-book*.

Traquina, N. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2002.