

ENTRE AS *BIG TECHS* E A MÍDIA EMPRESARIAL: UM DEBATE SOBRE O PAPEL DA IMPRENSA CONTRA-HEGEMÔNICA NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO¹

Cátia GUIMARÃES²

¹ Grupo de trabalho 2, Comunicação popular, alternativa e comunitária

² Fiocruz, catiacguimaraes@gmail.com

RESUMO

No dia seguinte à eleição de Donald Trump para um segundo mandato na presidência dos EUA, não faltaram análises que denunciassem a crise da democracia liberal que mais uma vez se evidenciava. Um texto do cientista político Luís Felipe Miguel (2024), por exemplo, afirmava que o resultado “bateu (...) um dos últimos pregos no caixão da democracia liberal tal como ela foi edificada ao longo do século XX”. Diante desse mesmo assombro, órgãos de comunicação social também fizeram soar um alarme, agora em relação à imprensa. Um executivo de TV norte-americano, pedindo para não ser identificado, teria, inclusive, afirmado a uma colunista da revista *New Yorker* que “a mídia tradicional está morta em sua forma atual”. “Se metade do país decidiu que Trump é qualificado para ser presidente, significa que eles não estão lendo nenhum dos veículos de mídia e que a chamada imprensa tradicional perdeu esse público completamente”, escreveu a Folha de S. Paulo (Mello, 2024), resumindo o argumento. De fato, na conjuntura atual, a crise da democracia liberal e a crise da imprensa tradicional têm sido amplamente denunciadas e estudadas de forma articulada: de acordo com leituras recorrentes, o crescimento da extrema direita seria expressão da primeira, enquanto a ampliação de espaço das redes sociais plataformizadas e a consequente “ordem da desinformação” (Bennet e Livingstone, 2021) que elas fomentam seriam uma das principais razões da segunda.

Não por acaso, parece-nos que, à compreensão política – criticada pelas principais abordagens marxistas (Guimarães, 2023) – que vem apostando na democracia liberal como contenção ao avanço mundial da extrema direita têm correspondido, no campo da comunicação, estratégias de fortalecimento da imprensa ‘profissional’ como espaço legitimado de produção e disseminação de informações confiáveis supostamente capazes de funcionar como anteparo ao crescente ambiente de desinformação. A disseminação das agências de checagem – que reproduzem o modelo do jornalismo hegemônico em crise e muitas vezes são propriedade dos mesmos grupos empresariais (Albuquerque, 2021; Moretzsohn, 2019) – e o clamor pela proteção dos órgãos de comunicação social como pauta de instituições estatais e entidades da sociedade civil no debate contra a desinformação (ERC, 2019) são exemplos concretos dessa afirmação.

É a partir desse diagnóstico que, neste trabalho, nos interessa problematizar as opções tático-estratégicas que têm naturalizado a limitação dos caminhos possíveis para esse debate a uma oposição entre a *desinformação* fomentada pelo modelo de negócios das *big techs* e a *informação* produzida pela mídia empresarial, ignorando as lutas históricas da imprensa alternativa/popular/contrahegemônica como resposta política possível (e necessária) aos desafios do tempo presente. Em paralelo à análise crítica, trazemos, principalmente a partir de conceitos de Gramsci (2004) e Heller (2004), a hipótese de que, pela perspectiva da classe trabalhadora, iniciativas de imprensa de organizações populares, sindicatos, movimentos sociais e partidos políticos, entre outras entidades com potencial de manter vínculos orgânicos com a sua base social, podem ser espaços privilegiados para a disputa por novos ambientes de informação, ancorados na verdade objetiva mas também em elos de confiança e identidade (Guimarães, 2023).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, A. As fake News e o Ministério da Verdade Corporativa. **Revista EPTIC**, São Cristóvão, vol. 23, n. 1, p. 124-141, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/14670> . Acesso em 02/02/2026.

BENNET, W.L. e LIVINGSTON, S. A Brief History of Disinformation Age: Information War and the Decline of Institutional Authority. In: BENNET, W.L. e LIVINGSTON, S. **The Disinformation Age** – Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States. Cambridge: Cambridge University Press, 2021.

ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social. **A desinformação: contexto europeu e nacional**. Lisboa, 2019. Disponível em <https://www.erc.pt/pt/estudos/media-imprensa-radio-tv/-/estudo-a-desinformacao-contexto-europeu-e-nacional/> . Acesso em 02/02/2026.

GRAMSCI, A. **Cadernos do Cárcere vol. 1**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2004.

GUIMARÃES, C. Jornalismo, cotidiano e contra-hegemonia. In: PERUZZO, C., RIBEIRO, V., LIMA, H. L. D. **Comunicação, identidades e diálogo na cidade mediatizada**. Livro do XVII Congresso Ibero-Americano de Comunicação 2022. Porto, Assibercom, 2023. Disponível em https://www.cecs.uminho.pt/assibercom/wp-content/uploads/2024/03/Ibercom2022revisto_ebook.Final_Final_compressed.pdf . Acesso em 02/02/2026.

HELLER, A. **O cotidiano e a História**. São Paulo, Paz e Terra, 2004.

MELLO, P. C. Mídia nos EUA enfrenta queda de influência e se prepara para ataques de Trump. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, nov. 2024. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2024/11/midia-nos-eua-enfrenta-queda-de-influencia-e-se-prepara-para-ataques-de-trump.shtml> . Acesso em: 02/02/2026.

MIGUEL, L.F. A nova eleição de Donald Trump e a crise do modelo liberal democrático. **Blog da Boitempo**, São Paulo. Disponível em <https://blogdaboitempo.com.br/2024/11/06/a-nova-eleicao-de-donald-trump-e-a-crise-do-modelo-liberal-democratico/>. Acesso em 02/02/2026.

MORETZSOHN, S. O joio, o trigo, os filtros e as bolhas: uma discussão sobre fake news, jornalismo, credibilidade e afetos no tempo das redes. **Brazilian Journal Research**, v. 15, n. 3, p. 564-597, 2019.