

IA E PROPAGANDA ALGORÍTMICA: RECONFIGURAÇÕES DO MODELO DE LASSWELL NA ERA DOS DADOS

AI and Algorithmic Propaganda: Reconfiguring Lasswell's Model in the Age of Data

IA y Propaganda Algorítmica: Reconfiguración del Modelo de Lasswell en la Era de los Datos

Tiago Negrão Andrade¹

Sílvio Luís Galvim Buria²

Maria Cristina Gobbi³

DOI: 10.31501/esf.v1i35.1581

Resumo: O artigo analisa a transformação da propaganda clássica em sistemas algorítmicos mediados por inteligência artificial. Com base em revisão crítica de literatura, análise documental e estudos de caso produzidos entre 2015 e 2024, investiga como plataformas digitais, bots e sistemas generativos reconfiguram autoria, circulação e efeitos comunicacionais. Os resultados mostram que a propaganda contemporânea atua pela modulação algorítmica da atenção e dos afetos, intensificando desinformação e controle preditivo. Conclui-se que essas dinâmicas exigem novos referenciais teóricos e regulatórios para a comunicação digital.

Palavras-chave: Desinformação; Governança Digital; Inteligência Artificial; Lasswell; Propaganda Algorítmica.

Abstract: This article analyzes the transformation of classical advertising into algorithmic systems mediated by artificial intelligence. Based on a critical literature review, document analysis, and case studies produced between 2015 and 2024, it examines how digital platforms, bots, and generative systems reshape authorship, circulation, and communicational effects. The findings show that contemporary advertising operates through the algorithmic modulation of attention and affects, intensifying disinformation and predictive control. It concludes that these dynamics require new theoretical and regulatory frameworks for digital communication.

Keywords: Algorithmic Advertising; Artificial Intelligence; Digital Governance; Disinformation; Lasswell.

Resumen: El artículo analiza la transformación de la publicidad clásica en sistemas algorítmicos mediados por inteligencia artificial. A partir de una revisión crítica de literatura, análisis documental y estudios de caso producidos entre 2015 y 2024, examina cómo las plataformas digitales, los bots y los sistemas generativos reconfiguran la autoría, la circulación y los efectos comunicacionales. Los resultados muestran que la publicidad contemporánea opera mediante la modulación algorítmica de la atención y los afectos, intensificando la desinformación y el control predictivo. Se concluye que estas dinámicas requieren nuevos marcos teóricos y regulatorios para la comunicación digital.

Palabras clave: Desinformación; Gobernanza Digital; Inteligencia Artificial; Lasswell; Publicidad Algorítmica.

¹ Doutor, Universidade Estadual Paulista (Unesp), São Paulo, SP, Brasil. tiago.negrao@unesp.br | <https://orcid.org/0000-0002-5352-9798>

² MBA, Escola Superior de Administração, Marketing e Comunicação de Sorocaba (ESAMC), Sorocaba, São Paulo, BR. silvio.buria@yahoo.com.br | <https://orcid.org/0009-0004-9955-7833>

³ Doutora, Universidade Estadual Paulista (Unesp), São Paulo, SP, Brasil. cristina.gobi@unesp.br | <https://orcid.org/0000-0001-5629-5010>

Introdução

A crescente centralidade dos sistemas algorítmicos de comunicação transformou de maneira radical o modo como discursos políticos, publicitários e informacionais circulam e operam efeitos na sociedade contemporânea. O fenômeno central que este artigo aborda é o deslocamento da propaganda de um modelo linear, funcionalista e eminentemente humano — tal como formulado no clássico esquema de Harold Lasswell — para ecossistemas comunicacionais automatizados, sustentados por bots, modelos de linguagem de larga escala (LLMs) e plataformas digitais que operam lógicas preditivas sobre condutas sociais. Essa transição tornou-se particularmente urgente diante do aumento exponencial de campanhas de desinformação e manipulação política mediadas por inteligência artificial, em que o volume, a velocidade e a personalização do conteúdo superam a capacidade institucional e cognitiva de checagem ou contestação (Zuboff, 2019). Os achados corroboram a hipótese de que a propaganda algorítmica não constitui apenas continuidade tecnológica da propaganda clássica, mas transformação estrutural das formas de mediação comunicacional, exigindo revisão crítica das categorias tradicionais da teoria da comunicação.

A noção de “era da automação”, utilizada neste artigo, não é compreendida apenas como avanço técnico da inteligência artificial, mas como transformação estrutural das formas de produção, circulação e modulação da informação em ecossistemas orientados por dados. Tal formulação dialoga criticamente com autores como Santaella (2023), que caracteriza o presente cenário como “cultura dos dados”, marcada pela centralidade das infraestruturas algorítmicas na organização da experiência social. Nesse sentido, a automação é aqui entendida menos como substituição mecânica da ação humana e

mais como reorganização epistemológica da comunicação sob lógicas probabilísticas, preditivas e infraestruturais.

O objeto específico de análise é a propaganda algorítmica contemporânea e seus impactos sobre as esferas política, epistêmica e social. A difusão de técnicas de microsegmentação, personalização em massa e automação da distribuição de conteúdos transforma a propaganda em um processo distribuído, em que o controle sobre a mensagem e seus efeitos desloca-se do emissor humano para arquiteturas técnicas opacas. Tal reorganização impacta práticas democráticas, estruturas de governança informacional e modelos de subjetivação política, abrindo espaço para novas formas de controle afetivo e desestabilização epistêmica (Woolley, 2023). A reorganização técnica dos circuitos de visibilidade e circulação discursiva implica consequências substantivas para a esfera pública, minando consensos mínimos de veracidade e a própria noção de autoridade epistêmica (McIntyre, 2018).

A literatura que discute o tema converge em torno da constatação do declínio do modelo causal clássico da comunicação, mas diverge quanto às interpretações normativas desse fenômeno. Autores como Ferrara (2016) enfatizam o papel dos bots políticos na manipulação emocional, enquanto García-Orosa (2021) destaca a emergência de estratégias de saturação informacional voltadas à desorientação cognitiva coletiva. Por outro lado, Rüdiger (2015) sugere que a crítica ao modelo de Lasswell pode abrir caminho para novas teorias da mediação algorítmica, centradas em fluxos, redes e disputas infraestruturais. Persistem lacunas teóricas sobre como pensar a performatividade técnica dos algoritmos não apenas como instrumento de manipulação, mas como agente de produção de regimes de visibilidade e subjetividade política.

Historicamente, a propaganda clássica consolidou-se como modelo comunicacional centrado na transmissão linear de mensagens persuasivas entre emissores identificáveis e públicos relativamente homogêneos, especialmente no contexto das guerras mundiais e da comunicação de massa do século XX. As formulações de Harold Lasswell enfatizavam a racionalidade estratégica da persuasão, estruturada pela identificação do emissor, do conteúdo, do canal e dos efeitos esperados sobre a audiência. Tal paradigma pressupunha relativa estabilidade dos meios, intencionalidade comunicacional clara e possibilidade de mensuração dos impactos discursivos, elementos profundamente tensionados pelas arquiteturas algorítmicas contemporâneas.

O corpus empírico que orienta este estudo abrange relatórios de organizações internacionais, documentos de regulação emergente (como o AI Act europeu), estudos de caso de campanhas políticas automatizadas, e literatura especializada produzida entre 2015 e 2024, consultada em bases como Scopus, Web of Science e SciELO. Esses materiais foram escolhidos por articularem perspectivas técnicas, políticas e teóricas sobre propaganda digital, apresentando variedade de contextos nacionais e tipos de tecnologia. Tais características permitem não apenas mapear práticas contemporâneas, mas também comparar abordagens regulatórias e analíticas divergentes.

Diferentemente de abordagens tradicionais que tratavam a propaganda como ato de persuasão discursiva entre emissor e receptor, o presente estudo destaca a emergência de arquiteturas de automação persuasiva como fenômeno técnico-epistêmico que dissolve categorias fundantes da comunicação clássica. Modelos anteriores supunham intencionalidade, autoria coesa e estabilidade do canal; no regime algorítmico, o discurso é processado por infraestruturas distribuídas, em tempo real,

sem garantias de transparência ou auditabilidade (Rouvroy e Berns, 2013). Essa transição implica dilemas éticos sobre autoria, rastreabilidade e direitos cognitivos, colocando em risco valores democráticos como privacidade, pluralidade informacional e equidade de acesso (Fallis, 2014).

Sob o panorama regulatório, observa-se uma tensão entre iniciativas emergentes — como o AI Act e a Diretiva Europeia sobre Transparência em Publicidade Política — e a incapacidade das legislações nacionais de lidarem com a opacidade técnica das plataformas (Stockwell et al., 2024). Persistem lacunas normativas, sobretudo na governança de modelos generativos, produção automatizada de propaganda e accountability algorítmica. Esse contexto reforça a necessidade de pensar governança democrática da inteligência artificial em estreita articulação com direitos informacionais coletivos.

Assim, o objetivo geral deste artigo é analisar criticamente como o modelo lasswelliano de comunicação pode ser reformulado à luz das dinâmicas contemporâneas de automação persuasiva, investigando a reconfiguração das categorias “quem”, “canal”, “mensagem” e “efeito” frente às infraestruturas algorítmicas que operam em plataformas digitais. Para tanto, o estudo parte da seguinte questão central: de que maneira as infraestruturas algorítmicas de automação persuasiva reconfiguram as categorias clássicas do modelo comunicacional de Lasswell? Como desdobramentos analíticos dessa questão, investigam-se as transformações da autoria, do canal, da mensagem e dos efeitos comunicacionais em ambientes digitais mediados por inteligência artificial.

A relevância da pesquisa é científica, ao propor um reposicionamento crítico do modelo de Lasswell na era algorítmica; política, ao iluminar riscos para a democracia e a esfera pública; e social, ao

contribuir para debates sobre regulação, governança informacional e soberania cognitiva. Partimos da hipótese de que a propaganda algorítmica não representa apenas mutação técnica da propaganda clássica, mas deslocamento ontológico do campo comunicacional, exigindo novas categorias de análise e crítica. O estudo desdobra essa questão central em três movimentos analíticos complementares: compreender as transformações das categorias clássicas do modelo lasswelliano; analisar suas implicações políticas e epistêmicas; e discutir desafios regulatórios e formas contemporâneas de resistência informacional.

Métodos

A pesquisa adota abordagem qualitativa, crítica e documental, articulando revisão teórica, análise interpretativa e levantamento bibliográfico sobre propaganda algorítmica, inteligência artificial e governança informacional. O corpus foi composto por artigos científicos, relatórios institucionais e documentos regulatórios publicados entre 2015 e 2024, selecionados por sua relevância para o debate contemporâneo sobre automação da comunicação, desinformação e mediação algorítmica.

A busca bibliográfica foi realizada nas bases Scopus, Web of Science e SciELO, utilizando combinações dos descritores “algorithmic propaganda”, “computational propaganda”, “political bots”, “deepfake”, “digital platforms”, “AI governance” e “disinformation”. Também foram incorporados relatórios de instituições como AI Now Institute, European Commission, Alan Turing Institute e Open Government Partnership. Inicialmente, foram recuperados 214 registros nas bases indexadas. Após exclusão de duplicatas e triagem temática por leitura de títulos e resumos, permaneceram 97 documentos. Em

seguida, realizou-se leitura integral e análise crítica dos materiais, resultando em um corpus final de 48 textos efetivamente utilizados na discussão analítica.

Além da revisão documental, foram considerados estudos de caso amplamente discutidos na literatura recente, como as eleições norte-americanas de 2016, o caso Cambridge Analytica e o uso de deepfakes em campanhas políticas contemporâneas, selecionados por sua relevância na consolidação do debate sobre propaganda computacional e manipulação algorítmica.

Os critérios de inclusão contemplaram trabalhos com enfoque crítico, político, comunicacional ou regulatório sobre sistemas algorítmicos e propaganda algorítmica. Foram excluídos estudos estritamente técnicos voltados apenas à performance computacional de algoritmos, sem discussão de implicações sociais, epistêmicas ou políticas. A seleção também considerou diversidade geográfica, relevância acadêmica e presença de estudos empíricos e teóricos no corpus.

A análise foi conduzida por categorização temática interpretativa, organizada em quatro eixos principais: transformação da autoria comunicacional; reorganização algorítmica do canal; fragmentação da mensagem; e deslocamento dos efeitos propagandísticos para regimes de saturação cognitiva e modulação comportamental. O objetivo metodológico não foi produzir generalizações estatísticas, mas compreender criticamente como as infraestruturas digitais reconfiguram categorias clássicas da teoria da propaganda e tensionam modelos tradicionais da comunicação política.

Resultados e Discussão

A análise evidencia como as arquiteturas comunicacionais automatizadas deslocam categorias clássicas da teoria da propaganda, revelando transformações substantivas na autoria, na distribuição e nos efeitos discursivos em ambientes digitais mediados por algoritmos. Os achados demonstram que a automação da persuasão reconfigura o campo comunicacional em um regime de saturação afetiva e controle preditivo, onde a eficácia simbólica da propaganda desloca-se da mensagem para as infraestruturas que modulam a visibilidade e a atenção. Esse movimento desafia leituras funcionalistas da comunicação e expõe tensões entre lógicas de mercado, regimes de governança algorítmica e a fragilidade das instituições democráticas na regulação dos fluxos informacionais. Ao examinar criticamente como plataformas digitais operam como operadores da comunicação, a discussão ilumina contradições entre promessas de neutralidade técnica e práticas de manipulação comportamental, articulando os debates teóricos com as implicações ético-políticas da manipulação automatizada. Assim, o estudo contribui para o entendimento da propaganda contemporânea não como discurso linear de convencimento, mas como campo de disputa infraestrutural, onde algoritmos, humanos e redes operam forças dinâmicas que redefinem o conceito de público e questionam a própria noção de verdade, autoridade epistêmica e legitimidade democrática.

Da Propaganda à Automação: Atualizando o Modelo de Lasswell na Era Digital

A pretensão de neutralidade analítica no modelo de comunicação proposto por Lasswell é radicalmente desestabilizada quando confrontada com as dinâmicas não-lineares da propaganda algorítmica. A fórmula clássica — “quem diz o quê, por qual canal, a quem e com que efeito” — sustenta uma racionalidade funcionalista centrada na inteligibilidade causal da mensagem, estruturada por atores definidos, meios identificáveis e efeitos previsíveis. Essa arquitetura pressupõe não apenas um sujeito comunicante coeso e intencional, mas também um circuito comunicativo estável e empiricamente rastreável. Contudo, a emergência de arquiteturas comunicacionais automatizadas — compostas por bots, LLMs e infraestruturas de curadoria algorítmica — desloca as categorias fundantes do modelo e exige sua reformulação enquanto matriz epistêmica, não apenas técnica.

A substituição do emissor humano por entidades automatizadas não representa mera mutação formal; ela tensiona ontologicamente a própria noção de autoria comunicacional. Ferrara (2016) demonstra como bots políticos no Twitter não apenas disseminam mensagens programadas, mas adaptam em tempo real seus conteúdos a partir de padrões de engajamento emocional, operando como emissores sem intencionalidade consciente, mas com capacidade performativa sistemática. O “quem” do modelo de Lasswell torna-se uma função distributiva entre humanos, código e plataforma, onde a autoria se dissolve em um processo técnico sem sujeito. Esse deslocamento não é apenas pragmático, mas epistemologicamente decisivo: já não se trata de identificar quem fala, mas de compreender como a fala é sintetizada por infraestruturas de modelagem informacional.

A função do “canal” — outrora delimitada por mídias reconhecíveis como rádio ou jornal — converte-se em uma ecologia opaca de curadorias algorítmicas, nas quais a distribuição da mensagem

é modulada por padrões probabilísticos e estratégias de captação atencional. Zuboff (2019) sustenta que a plataforma deixa de ser meio neutro para se tornar operador central da comunicação, intervindo nos fluxos, amplificando conteúdos emocionalmente intensos e suprimindo dissonâncias. Os canais contemporâneos não apenas transmitem, mas moldam a visibilidade e a inteligibilidade dos conteúdos, tornando-se operadores ideológicos silenciosos. O canal deixa de ser infraestrutura passiva para tornar-se dispositivo de governo.

Nesse novo regime, a própria noção de “mensagem” como unidade de sentido é dissolvida. Em vez de discursos estáveis dirigidos a públicos homogêneos, proliferam conteúdos personalizados, fragmentários e emocionalmente calibrados — produzidos por sistemas generativos como GPT-4 ou DALL-E. A materialidade da linguagem cede espaço à performatividade da resposta: a mensagem não visa mais informar, mas afetar, modular, perturbar. Woolley (2023) analisa como essas técnicas operam na fabricação do consenso por saturação, onde a repetição automatizada de slogans e imagens substitui a argumentação racional por estados afetivos difusos. A mensagem torna-se vetor de predição e captura, não de sentido.

A função do “efeito” no modelo lasswelliano, fundada na hipótese de impacto mensurável e sequencial, implode diante da lógica da hiperexposição, da pós-verdade e da desorientação epistêmica. García-Orosa (2021) mostra como bots e astroturfing digital não visam convencer ou esclarecer, mas obscurecer, confundir, desestabilizar. A eficácia propagandística já não depende da aceitação da mensagem, mas de sua capacidade de inundar o espaço cognitivo com ruído estratégico. Assim, o

“efeito” deixa de ser consequência lógica da mensagem e passa a ser um subproduto da intensidade, da ubiquidade e da repetição autogerada.

Contra a leitura tecnofóbica ou nostálgica que condena o colapso do modelo de Lasswell como sintoma de decadência comunicativa, é possível vislumbrar sua reformulação crítica como lente heurística. Rüdiger (2015), ao desenterrar o legado da “agulha hipodérmica”, já apontava o equívoco de naturalizar a passividade do receptor. Nesse sentido, atualizar o modelo é também desativar sua matriz determinista e reinscrevê-lo em uma crítica da mediação algorítmica, onde os fluxos de informação são inseparáveis dos regimes de controle que os constituem. O que está em jogo não é simplesmente a adaptação de um esquema analítico clássico, mas sua reinscrição em uma ontologia da comunicação que reconheça a performatividade técnica como produtora de sentido e de subjetividade.

A centralidade atual dos sistemas automatizados de persuasão — exemplificada em operações de influência eleitoral como as descritas por Stockwell et al. (2024) — exige, portanto, uma crítica que vá além da denúncia empírica e se debruce sobre as categorias que tornaram possível sua inteligibilidade. Isso implica não apenas historicizar a matriz lasswelliana, mas submetê-la a uma crítica imanente, capaz de detectar suas potências e limites diante de um cenário em que a propaganda não é mais discurso, mas infraestrutura. A persistência do modelo, longe de ser um anacronismo, revela sua utilidade como campo de disputa conceitual: não para explicar o presente com instrumentos do passado, mas para interrogar o passado à luz das operações do presente.

O estudo não propõe o abandono integral do modelo lasswelliano, mas sua atualização crítica diante das transformações infraestruturais da comunicação contemporânea. As categorias “quem”,

“canal”, “mensagem” e “efeito” permanecem analiticamente relevantes, embora assumam novos significados em ecossistemas digitais mediados por inteligência artificial. Em vez de invalidar Lasswell, a propaganda algorítmica evidencia os limites históricos do modelo linear clássico e exige sua reformulação para contextos marcados por automação, opacidade técnica e circulação distribuída de poder comunicacional.

Essa reformulação exige, em última instância, que a crítica da propaganda se desloque do plano da mensagem para o da arquitetura. O que se comunica, como, por quem e com que efeitos já não podem ser pensados fora das estruturas técnico-discursivas que operam em tempo real sobre atenção, afetos e decisões. A matriz de Lasswell não desaparece, mas é desdobrada: de um modelo linear, torna-se cartografia de forças, onde bots, algoritmos, humanos e redes disputam o campo simbólico sob novas condições de possibilidade.

Plataformas Digitais e a Infraestrutura Algorítmica da Desinformação

A desinformação que circula nas plataformas digitais não representa um acidente comunicacional, mas antes uma manifestação coerente do regime técnico que organiza as formas contemporâneas de percepção, crença e ação política. As infraestruturas algorítmicas operam como dispositivos de modulação do sensível, orientados por lógicas de rentabilização da atenção e de engenharia comportamental, nas quais a verdade perde centralidade diante da eficácia afetiva da circulação. Como propõe Zuboff (2019), o capitalismo de vigilância inaugura uma racionalidade produtora de futuros

comportamentais a partir da extração de dados preditivos, deslocando a informação do campo do conhecimento para o da preempção. Nesse contexto, a desinformação não se limita a falsidades factuais; ela é condição estrutural da produção algorítmica de realidade, operando em consonância com as arquiteturas invisíveis de personalização e ranqueamento de conteúdos.

As plataformas não apenas mediam, mas performam os circuitos informacionais, por meio de sistemas de recomendação e filtros automatizados que privilegiam o engajamento emocional. Estudos como o The Disinformation Black Box (Congress, 2021) demonstram que as APIs e bases de dados das plataformas são deliberadamente opacas, dificultando o escrutínio público sobre os mecanismos que amplificam conteúdos desinformativos. A ausência de acesso a essas infraestruturas impede a realização de auditorias independentes e bloqueia a produção de conhecimento crítico sobre o ecossistema informacional digital. Ferrara, citado na Wired, evidencia como redes de bots atuaram nas eleições norte-americanas de 2016 para amplificar mensagens polarizadoras, operando de forma automatizada e invisível à percepção ordinária dos usuários, o que contribui para o mascaramento da autoria e da intenção da mensagem.

A manipulação algorítmica do conteúdo não atua isoladamente: ela é intensificada pela interseção com técnicas de segmentação psicográfica, como mostram Howard e Woolley (2023). O caso da Cambridge Analytica revelou como dados comportamentais coletados em redes sociais foram utilizados para construir perfis psicológicos e direcionar mensagens políticas altamente personalizadas, com o objetivo de maximizar impactos afetivos e comportamentais. Trata-se de uma forma de propaganda computacional que dissolve as fronteiras entre publicidade, ciência comportamental e tecnopolítica,

instaurando uma nova economia do convencimento onde a racionalidade argumentativa cede lugar à eficácia emocional. O conteúdo, nesses casos, é menos importante que sua capacidade de ressonância com medos, valores e identidades fragmentadas, o que leva ao colapso das referências comuns que sustentam o discurso público.

A crise da verdade no espaço digital, como argumenta McIntyre (2018), não se funda apenas na proliferação de mentiras, mas na corrosão deliberada dos critérios de verificação e da confiança nos regimes tradicionais de autoridade epistêmica. Nesse sentido, a desinformação funciona como metadispositivo político: não se trata de convencer sobre uma falsidade específica, mas de criar um ambiente em que qualquer enunciado se torna questionável, tornando indistinguíveis o falso e o verdadeiro, o fato e a crença. Fallis (2014) propõe uma taxonomia das variedades de desinformação que permite compreender como os conteúdos enganosos operam não só por falsidade, mas por omissão estratégica, sobrecarga cognitiva e manipulação de contexto. Esses modos operam em sinergia com os filtros algorítmicos das plataformas, que silenciam conteúdos contraditórios e reforçam a homogeneidade do feed.

Contudo, a eficácia da desinformação não se explica apenas por sua circulação, mas por sua inserção em sistemas de crença que naturalizam a estética da verossimilhança. O estudo de Savat (2024) revela que vídeos deepfake com conteúdo político não são, isoladamente, mais enganosos do que outras formas de fake news, o que desloca a ênfase da capacidade técnica de falsificação para o contexto de circulação, recepção e repetição algorítmica. Stockwell et al. (2024) corroboram essa análise ao indicar que o impacto dos deepfakes em campanhas eleitorais depende menos da qualidade

técnica da manipulação e mais do modo como esses vídeos são inseridos em narrativas já existentes, reforçadas pela lógica da repetição e da microsegmentação. Assim, a desinformação adquire potência simbólica não como exceção, mas como sintoma do próprio funcionamento da infraestrutura que governa o que é visto, lido e compartilhado.

Nesse ambiente, a ausência de regulação efetiva sobre o uso de inteligência artificial em campanhas políticas e publicitárias aprofunda a assimetria entre plataformas, cidadãos e instituições. A LGPD brasileira estabelece princípios importantes de proteção de dados, mas mostra-se insuficiente diante da complexidade técnica e do poder transnacional das plataformas. O AI Act da União Europeia, por sua vez, apresenta avanços na proposta de classificar sistemas de IA por níveis de risco e exigir transparência sobre modelos algorítmicos de alto impacto, mas sua implementação é lenta e enfrenta resistência das próprias empresas reguladas. A fragmentação jurisdicional entre países, aliada à autorregulação falaciosa das plataformas, contribui para a perpetuação de práticas opacas que escapam ao escrutínio público e institucional.

A reflexão sobre os fundamentos epistêmicos dessas infraestruturas exige, como propõe Kansa (2012), um reposicionamento crítico da relação entre abertura de dados, ecossistemas informacionais e justiça cognitiva. Embora o autor analise originalmente o campo da arqueologia digital, sua crítica à centralização dos sistemas de informação e à obsolescência das infraestruturas públicas é plenamente aplicável à arquitetura digital contemporânea. A concentração do poder informacional nas mãos de poucas corporações que controlam os canais de circulação do saber reconfigura o espaço público

como território opaco e hierarquizado, onde o acesso ao conhecimento, à visibilidade e à contestação é mediado por filtros invisíveis e interesses econômicos.

A desinformação algorítmica, portanto, não é apenas um desafio técnico ou ético, mas uma questão ontopolítica que redefine os regimes de verdade, autoridade e reconhecimento na era digital. Enfrentá-la implica repensar as condições de existência discursiva nas plataformas, instaurando práticas de governança informacional que priorizem transparência, auditabilidade e justiça epistêmica. Mais do que corrigir conteúdos falsos, é necessário subverter as lógicas estruturais que produzem o falso como estratégia de controle afetivo, dispersão política e desmobilização democrática. Isso requer não apenas regulação legal, mas uma crítica radical às formas como os algoritmos distribuem a atenção, fabricam a crença e delimitam o campo do possível no debate público.

Deepfakes, Simulação e Colapso da Veracidade: Tecnologias de Engano como Estratégia Política

A simulação técnica da presença dissolve as fronteiras ontológicas entre o verídico e o fabricado, deslocando o debate da mentira intencional para a performatividade algorítmica da verossimilhança. Ao contrário da falsificação tradicional, os deepfakes não negam a realidade: fabricam uma nova camada de aparência com pretensão ontológica de realidade, instaurando um regime de simulação em que a dúvida é estrutural e a confiança se torna residual. McIntyre (2018) já indicava esse deslocamento ao propor o conceito de “pós-verdade” como crise institucional da autoridade epistêmica, mas, com os

sistemas de geração sintética atuais, o que se observa é uma intensificação da produção de incerteza, agora não apenas discursiva, mas sensível. A proliferação de vídeos com aparente autenticidade — desde pronunciamentos inexistentes de líderes políticos até apelos emocionais em guerras culturais — transforma o audiovisual em arma mimética, onde a verdade perde sua ancoragem perceptiva.

Essa reconfiguração do audiovisual, promovida por tecnologias como as da ElevenLabs e DALL-E, não pode ser compreendida apenas nos marcos da desinformação. Trata-se de uma mutação da própria lógica da propaganda, que abandona seu vínculo com a ideologia e assume um modo operativo performático, baseado na simulação convincente de emoções, rostos, gestos e vozes. Baines et al. (2021) indicam que a propaganda contemporânea opera mais como estética do afeto do que como transmissão de ideias: o conteúdo importa menos do que o efeito. Colon (2021), ao analisar o conceito de “propagande” a partir de uma tradição crítica francesa, evidencia como a propaganda contemporânea desloca-se para o campo da corporalidade encenada, onde o engano é menos proposicional e mais encarnado. A manipulação audiovisual, nesse sentido, não comunica falsidades: encena presenças, fabrica atos, mobiliza afetos. É nesse terreno que a simulação torna-se política — não como disputa de sentidos, mas como fabricação de atmosferas.

As plataformas digitais não apenas hospedam esse tipo de conteúdo, mas operam como sua infraestrutura de validação. A lógica algorítmica de viralização, como demonstram Schoeffat et al. (2022), estabelece relações assimétricas entre usuários e sistemas de recomendação, de modo que o engajamento — e não a veracidade — torna-se o critério de visibilidade. Donovan (2020) argumenta que o design dessas arquiteturas prioriza a eficiência comunicacional dos afetos, intensificando a circulação

de conteúdos emocionalmente marcantes, independentemente de sua veracidade. A arquitetura informacional das plataformas, nesse sentido, é coautora da simulação: não apenas porque difunde, mas porque organiza e otimiza sua eficácia. Mesmo as tentativas de regulação por rotulagem, como evidenciado por Stockwell et al. (2024), têm alcance limitado diante da velocidade com que esses conteúdos circulam e da dificuldade em distinguir automaticamente o sintético do real.

Esse deslocamento da desinformação para a simulação tem implicações epistêmicas e políticas profundas. A confiança, já erodida em contextos de polarização, transforma-se em cinismo: os sujeitos não apenas duvidam daquilo que veem, mas passam a duvidar da possibilidade de veracidade em si. Adams et al., (2023) apontam que esse cenário de excesso de informações conflitantes gera fadiga cognitiva, levando à suspensão generalizada do julgamento crítico. Savat (2024), em estudo com eleitores expostos a deepfakes políticos, demonstra que mesmo quando a falsidade é reconhecida, o dano já está feito: a dúvida paira sobre o todo, e não sobre a parte. O risco não é apenas a disseminação de falsidades, mas o colapso da distinção funcional entre informação e simulação, o que desestrutura os fundamentos discursivos da democracia deliberativa.

Diante desse cenário, os desafios ético-políticos não se reduzem à checagem factual, mas à própria regulação das condições tecnológicas da produção audiovisual. Como argumenta o relatório da European Parliament (2024), o combate aos deepfakes requer não apenas políticas públicas, mas também reconfigurações técnicas nos modelos de geração de mídia sintética. A responsabilização dos produtores dessas tecnologias — e das plataformas que as operacionalizam — exige uma nova

gramática jurídica que compreenda a simulação como ação política estruturante. Não se trata apenas de responder ao conteúdo, mas de intervir sobre o meio.

A simulação sintética, ao dissolver a confiabilidade da percepção, compromete o próprio fundamento sensível da comunicação pública. O que está em jogo não é apenas a veracidade do que é dito, mas a condição de possibilidade de um mundo compartilhável — um mundo em que os rostos que falam e os corpos que gesticulam não sejam apenas ruído algorítmico. A filosofia política do audiovisual, nesse novo regime de aparência, não pode mais confiar na imagem como indício, mas deve problematizar seus modos de produção, circulação e crença. A verdade, nessa ecologia simulacional, já não é o contrário da mentira, mas o resíduo do que ainda resiste à captura da máquina.

Deepfakes e o Colapso da Verdade: Engano Digital como Estratégia Política

A crítica à propaganda algorítmica torna-se estéril quando permanece aprisionada à lógica da ideologia, tal como formulada por Adorno ou Debord, porque ignora as mutações operadas pela automação algorítmica na forma e na função da própria propaganda. O que antes se estruturava como espetáculo de convencimento passa a atuar como modulação contínua de condutas a partir de inferências probabilísticas sobre sujeitos que não são mais interpelados simbolicamente, mas governados por correlações estatísticas (Rouvroy e Berns, 2013). A propaganda contemporânea, nesse regime informacional, dissolve-se em microintervenções personalizadas, programadas por sistemas que não compreendem os sujeitos, mas antecipam sua ação, transformando a esfera comunicacional em

um regime de predição normativa. A governamentalidade informacional, assim, desloca a questão da consciência ideológica para a infraestrutura de dados, exigindo um novo aparato crítico que supere os limites da denúncia simbólica e enfrente as formas técnicas do controle.

Essa mutação está intrinsecamente vinculada ao neoliberalismo em sua forma tecnogerencial, na qual a racionalidade de governo se exprime por algoritmos que organizam não apenas mercados, mas também comportamentos, afetos e decisões políticas (Laval e Dardot, 2009). A gestão da informação torna-se indissociável da gestão das condutas, e a propaganda, ao ser automatizada, torna-se funcional a esse sistema que dispensa a intermediação da ideologia e opera por cálculo. A linguagem da eficiência e da neutralidade técnica é, portanto, o véu sob o qual se esconde uma forma radical de captura, na qual o sujeito é reduzido à sua performance de dados. A promessa de personalização democrática esconde a padronização do previsível, e o marketing político — agora embutido nos sistemas de recomendação — torna-se expressão da razão cibernética do capital.

É nesse cenário que se articulam diferentes formas de resistência epistêmica, centradas menos na contestação do conteúdo e mais na desobstrução das infraestruturas e na produção de novas condições de inteligibilidade. O movimento por accountability algorítmica, como propõe o AI Now Institute (2022), avança ao romper com a ideia de que auditorias técnicas são suficientes, insistindo na urgência de abordagens estruturais que envolvam acesso aos dados, modelos e lógica operacional. No entanto, como destaca Wachter (2023), mesmo as tentativas de explicações contrafactuais promovidas pelo GDPR permanecem aprisionadas em uma lógica de compliance que não enfrenta a assimetria epistêmica entre operadores de IA e o público. A transparência algorítmica, quando reduzida à

visualização de outputs ou ao fornecimento de “motivações”, permanece cega à questão central: quem detém o poder de formular os critérios de decisão e quais formas de vida estão sendo sistematicamente desconsideradas?

Os limites dessas abordagens técnico-normativas tornam-se evidentes frente à proliferação de sistemas opacos de modulação comportamental em políticas públicas, como discutido por Diakopoulos (2023). Embora regulamentações como o AI Act (2024/1689) da União Europeia, a Diretiva 2024/900 sobre transparência em publicidade política e a própria LGPD brasileira (Lei nº 13.709/2018) representem avanços, permanecem ancoradas em paradigmas individualistas de privacidade, não sendo capazes de enfrentar os efeitos coletivos e contextuais da propaganda algorítmica. O escopo da regulação tende a seguir a lógica do risco tecnológico, em vez de interrogar a própria arquitetura de poder inscrita nas infraestruturas digitais. Essa assimetria revela-se de forma contundente na constatação de que conteúdos falsos se disseminam com maior velocidade que os verdadeiros, segundo estudo de Vosoughi et al. (2018) publicado na Science, evidenciando como os próprios sistemas amplificam aquilo que é mais rentável para a lógica da atenção, e não o que é mais verídico ou socialmente relevante.

Diante disso, é no campo das práticas insurgentes e da construção de soberanias informacionais que emerge uma possibilidade crítica mais potente. Iniciativas como os Princípios CARE, voltados à proteção de dados de comunidades indígenas, e coalizões por transparência de plataformas, como relatadas pelo Open Government Partnership (2023), deslocam o debate da normatividade universal para a justiça epistêmica situada. Essas ações propõem um reposicionamento do sujeito político da

regulação, não mais como indivíduo-consumidor, mas como coletivo afetado, portador de epistemes invisibilizadas e de direitos cognitivos historicamente negados. Trata-se, nesse caso, de produzir não apenas accountability, mas também answerability, no sentido de que os sistemas técnicos respondam não apenas legalmente, mas política e eticamente às populações que afetam.

A tensão, portanto, não se resolve em um binarismo entre regulação e resistência, mas na disputa sobre o que conta como dado, quem pode decidir sobre seus usos e que formas de vida são reconhecíveis pelas gramáticas algorítmicas. A crítica da propaganda, neste novo regime, só pode ser efetiva se articular uma ontologia informacional do poder com uma política de reapropriação das infraestruturas cognitivas. Essa articulação demanda uma filosofia política dos dados que seja capaz de ir além da governança da IA enquanto técnica e enfrente a IA como expressão da luta por sentido no mundo contemporâneo.

Síntese Analítica

A análise desenvolvida ao longo do artigo evidencia que a propaganda algorítmica opera menos pela transmissão linear de mensagens e mais pela organização infraestrutural das condições de circulação, visibilidade e modulação afetiva dos conteúdos digitais. Em ambientes mediados por plataformas, sistemas de recomendação e modelos preditivos, a atenção coletiva transforma-se em recurso estratégico disputado por arquiteturas técnicas que articulam dados comportamentais, métricas de engajamento e personalização automatizada. Nesse cenário, a autoria comunicacional deixa de estar

centrada em sujeitos identificáveis e passa a emergir da interação entre plataformas, algoritmos e fluxos de dados, reorganizando os próprios fundamentos da mediação contemporânea (Galloway, 2004).

A figura 1 apresenta uma visualização da ecologia algorítmica, articulando problemas estruturais do controle digital, críticas teóricas contemporâneas e alternativas emergentes. O diagrama relaciona fenômenos como opacidade algorítmica, efeito bolha e exaustão cognitiva a propostas de reorganização sociotécnica, como protocolos federados e direitos coletivos de dados, contribuindo para compreender as relações entre governança algorítmica, infraestrutura digital e resistência informacional.

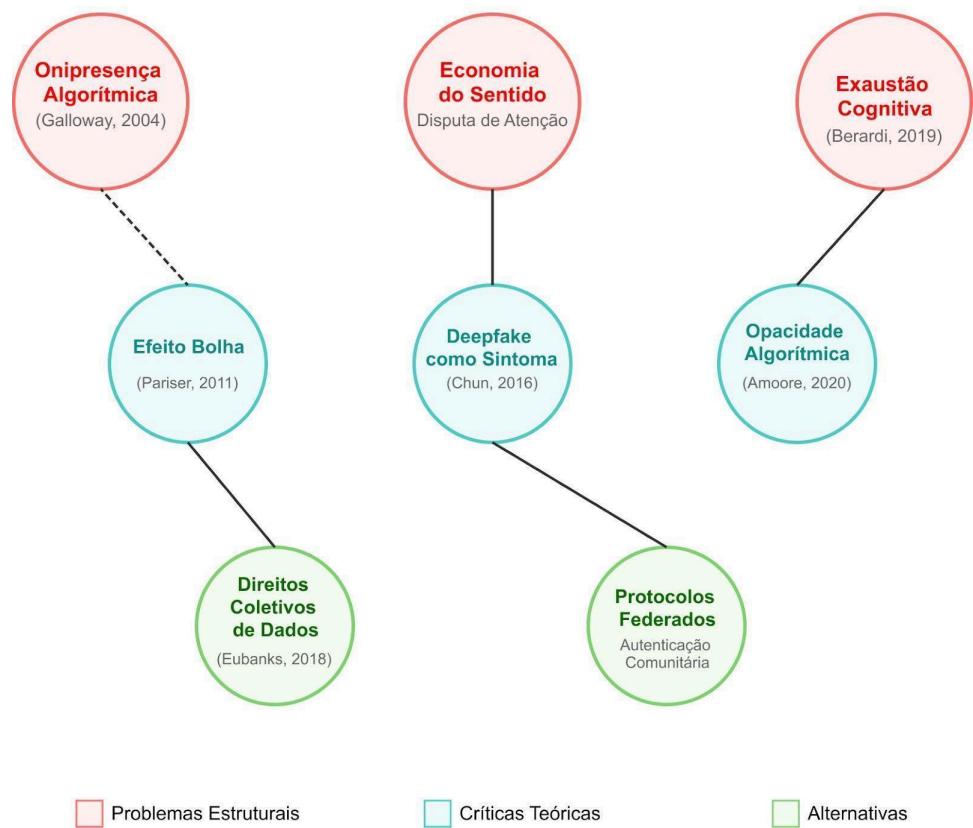


Figura 1. Ecologia Algorítmica: Conexões entre Controle, Crítica e Alternativas **Fonte:** os autores, adaptado de Galloway (2004), Pariser (2011), Chun (2016), Berardi (2019), Amoore (2020) e Eubanks (2018).

A organização visual evidencia um deslocamento importante: dos sintomas tecnopolíticos visíveis — como deepfakes, desinformação e bolhas informacionais — para estruturas mais amplas relacionadas à opacidade algorítmica, à captura da atenção e à centralização do poder informacional. Ao conectar autores como Galloway (2004), Berardi (2019) e Amoore (2020), o diagrama demonstra que

a crise contemporânea da esfera pública não pode ser compreendida apenas como problema de conteúdo falso, mas como consequência de infraestruturas digitais que organizam a circulação do conhecimento segundo critérios de previsibilidade, engajamento e rentabilidade. Alternativas como protocolos federados, autenticação comunitária e direitos coletivos de dados apontam para formas mais distribuídas de governança e responsabilização sociotécnica (Chun, 2016; Eubanks, 2018).

Os resultados também indicam que a personalização algorítmica produz efeitos paradoxais sobre a esfera pública. Embora as plataformas prometam ampliação da participação e individualização da experiência comunicacional, seus sistemas de filtragem tendem a reforçar recorrências afetivas e segmentações comportamentais, reduzindo a exposição à divergência e enfraquecendo referências compartilhadas de verificação e debate público (Pariser, 2011). Nesse contexto, conteúdos sintéticos e deepfakes adquirem elevada eficácia não apenas por sua capacidade técnica de simulação, mas porque circulam em ambientes estruturados para privilegiar velocidade, engajamento e impacto emocional.

As análises realizadas demonstram ainda que soluções centradas exclusivamente na transparência técnica ou na explicabilidade algorítmica são insuficientes para enfrentar os efeitos políticos da propaganda automatizada. A visibilidade parcial dos sistemas não altera, por si só, as assimetrias de poder entre plataformas, usuários e instituições, sobretudo quando os mecanismos de recomendação permanecem vinculados a modelos econômicos baseados em extração de dados e modulação comportamental (Amoore, 2020). Dessa forma, a crítica à propaganda algorítmica exige deslocamento

do foco exclusivo sobre conteúdos para a análise das infraestruturas que condicionam circulação, reconhecimento e autoridade epistêmica.

A tensão entre soberania informacional e colonialidade de dados torna-se particularmente relevante nesse cenário. Como argumenta Eubanks (2018), a coleta massiva de dados de populações historicamente vulnerabilizadas frequentemente reforça padrões de exclusão e vigilância já existentes. Isso sugere que os debates sobre regulação não podem limitar-se à proteção individual da privacidade, mas devem incorporar discussões sobre direitos coletivos, justiça informacional e governança democrática das plataformas digitais.

A articulação entre os eixos discutidos permite concluir que a propaganda contemporânea deve ser compreendida como fenômeno infraestrutural, inseparável das arquiteturas técnicas que organizam atenção, visibilidade e circulação discursiva. Mais do que regular conteúdos isolados, o desafio contemporâneo consiste em construir formas democráticas de governança informacional capazes de enfrentar a opacidade algorítmica, a concentração de poder nas plataformas e os impactos epistêmicos da automação comunicacional sobre a esfera pública.

Conclusão

Os resultados permitem concluir que as infraestruturas algorítmicas contemporâneas reconfiguram profundamente as categorias clássicas do modelo comunicacional de Lasswell. A autoria deixa de estar concentrada em emissores humanos identificáveis e passa a operar de forma distribuída entre plataformas, sistemas automatizados e agentes híbridos humano-máquina. O canal transforma-se em

infraestrutura ativa de modulação da atenção e da circulação discursiva, enquanto a mensagem perde estabilidade semântica e assume função predominantemente afetiva e preditiva. Por fim, os efeitos comunicacionais deixam de corresponder a impactos lineares e mensuráveis, deslocando-se para regimes de saturação cognitiva, desorientação epistêmica e gestão comportamental contínua. Os achados confirmam a hipótese de que a propaganda algorítmica não representa apenas continuidade técnica da propaganda clássica, mas transformação estrutural das formas contemporâneas de mediação comunicacional.

Apesar das contribuições analíticas, o estudo apresenta limitações, sobretudo na dimensão empírica. A análise concentrou-se em revisão crítica de literatura, relatórios e estudos de caso documentais, sem realizar investigações de campo que poderiam comprovar empiricamente as dinâmicas identificadas em contextos nacionais específicos. Além disso, embora tenha abordado iniciativas regulatórias emergentes, a pesquisa não se aprofundou na efetividade prática de tais instrumentos legais ou na análise comparativa de diferentes regimes jurídicos.

Futuras pesquisas poderiam explorar métodos mistos, combinando análises qualitativas com mapeamentos quantitativos de fluxos informacionais em plataformas digitais, além de investigações interdisciplinares que conectem teoria crítica da comunicação, ciência de dados e estudos de governança algorítmica. Do ponto de vista de políticas públicas, os achados sugerem a urgência de regulamentações que avancem para além da transparência superficial dos sistemas, incluindo mecanismos de auditoria independente, fortalecimento de direitos coletivos sobre dados e criação de protocolos democráticos de controle sobre as infraestruturas técnicas que hoje monopolizam a circulação de informações no espaço público.

Referências

- Adams, Z., Osman, M., Bechlivanidis, C., & Meder, B. (2023). (Why) Is Misinformation a Problem?. *Perspectives on Psychological Science*, 18(6), 1436-1463. <https://doi.org/10.1177/17456916221141344>
- A. R., & Berns, T. (2013). *Algorithmic governmentality and prospects of emancipation*. Réseaux.
- AI Now Institute. (2022). *Algorithmic accountability: Moving beyond audits*. <https://ainowinstitute.org/publication/algorithmic-accountability>
- Amoore, L. (2020). *Cloud ethics: Algorithms and the attributes of ourselves and others*. Duke University Press. <https://www.dukeupress.edu/cloud-ethics>
- Axios. (2018). *Misinformation bots are smarter than we thought*. <https://www.axios.com/2018/11/27/smart-misinformation-bots-game-web-platforms-studies>
- Baines, P., Snow, N., & O'Shaughnessy, N. (Eds.). (2020). *The SAGE handbook of propaganda*. SAGE.
- Berardi, F. (2019). *Futurability: The age of impotence and the horizon of possibility*. Verso. <https://www.versobooks.com/products/1129-futurability>
- Brasil. (2018). *Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018: Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)*. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm
- Chun, W. H. K. (2016). *Updating to remain the same: Habitual new media*. MIT Press. <https://mitpress.mit.edu/9780262534246/updating-to-remain-the-same>
- Colon, D. (2019). *Propagande: La manipulation de masse dans le monde contemporain*. Belin.
- Couldry, N., & Mejjas, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press.
- Cronfa. (2021). *Social bots and the spread of disinformation in social media*. Swansea University. <https://cronfa.swan.ac.uk/Record/cronfa58271>

- Diakopoulos, N. (2023). *Algorithmic transparency*. Open Government Partnership. <https://www.opengovpartnership.org/wp-content/uploads/2023/05/State-of-the-Evidence-Algorithmic-Transparency.pdf>
- Donovan, J., & Boyd, D. (2018). *Weaponizing the digital influence machine*. Data & Society.
- Eubanks, V. (2018). *Automating inequality: How high-tech tools profile, police, and punish the poor*. St. Martin's Press. <https://us.macmillan.com/books/9781250074317>
- European Parliament. (2024). *Regulating deepfakes and disinformation in the European Union*. European Parliamentary Research Service. https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2024/754205/IPOL_STU%282024%29754205_EN.pdf
- Fallis, D. (2014). The varieties of disinformation. In L. Floridi & P. Illari (Eds.), *The philosophy of information quality* (pp. 135–159). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-07121-3_8
- Ferrara, E. (2016). *Twitter bots and the 2016 U.S. election*. Wired. <https://www.wired.com/story/twitter-bots-democracy-usa-election>
- Foucault, M. (2008). *Segurança, território, população: Curso no Collège de France (1977–1978)*. Martins Fontes.
- Galloway, A. R. (2004). *Protocol: How control exists after decentralization*. MIT Press. <https://mitpress.mit.edu/9780262572330/protocol>
- García-Orosa, B. (2021). Disinformation, social media, bots, and astroturfing: The fourth wave of digital democracy. *El Profesional de la Información*, 30(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.03>
- Harris, J., et al. (2022). *Deepfakes and democracy*. National Center for Biotechnology Information. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9453721>
- Howard, P. N., & Woolley, S. (2018). *Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media*. Oxford University Press.
- Kansa, E. (2012). Openness and archaeology's information ecosystem. *World Archaeology*, 44(4), 498–520.

<https://doi.org/10.1080/00438243.2012.737575>

Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda technique in the World War*. Alfred A. Knopf.
<https://archive.org/details/propagandatechni00lassuoft>

Lasswell, H. D. (1936). *Politics: Who gets what, when, how*. McGraw-Hill.
<https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.151080>

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper and Row. <https://www.unl.edu/eskridge/cj201/Lasswell.pdf>

Lasswell, H. D., & Lerner, D. (1979). *Propaganda and communication in world history: Volume 1 – The symbolic instrument in early times*. East-West Communication Institute.

Laval, C., & Dardot, P. (2016). *A nova razão do mundo: Ensaio sobre a sociedade neoliberal*. Boitempo.

McIntyre, L. (2018). *Post-truth*. MIT Press.

Miller, C., et al. (2020). Deepfakes and disinformation: Exploring the impact of synthetic media on truth. *Social Media + Society*, 6(1). <https://doi.org/10.1177/2056305120903408>

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
<https://www.penguinrandomhouse.com/books/307504/the-filter-bubble-by-eli-pariser>

Rüdiger, F. (2015). *O mito da agulha hipodérmica e a era da propaganda: 12 estudos de arqueologia do pensamento comunicacional*. Sulina.

Rouvroy, A., & Berns, T. (2013). *Algorithmic governmentality and prospects of emancipation*. Réseaux.Mcintyre

Santaella, L. (2023). *A inteligência artificial é inteligente?* Edições 70.

Savat, S. (2024). *Political deepfake videos no more deceptive than other fake news*. Phys.org.
<https://phys.org/news/2024-08-political-deepfake-videos-deceptive-fake.html>

Schoeffat, C., et al. (2022). How platform-user power relations shape algorithmic accountability. *Proceedings of*

the ACM on Human-Computer Interaction, 6(CSCW2). <https://doi.org/10.1145/3531146.3533237>

Scopes, D. (2021). Mechanisms for algorithmic accountability. *Journal of Information Security and Privacy*. <https://doi.org/10.1016/j.jisp.2021.100008>

Stockwell, P., et al. (2024). *AI-enabled influence operations: Safeguarding future elections*. The Alan Turing Institute. <https://cetas.turing.ac.uk/publications/ai-enabled-influence-operations-safeguarding-future-elections>

Taylor, L., et al. (2022). Algorithmic accountability in U.S. cities: A review of the field and emerging research agenda. *Big Data & Society*. <https://doi.org/10.1177/20539517221115426>

União Europeia. (2016). *Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (GDPR)*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679>

União Europeia. (2024a). *Artificial Intelligence Act (AI Act)*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1689>

União Europeia. (2024b). *Diretiva (UE) 2024/900 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 13 de março de 2024*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32024L0900>

U.S. House of Representatives, Committee on Energy and Commerce. (2021). *The disinformation black box: Researching social media data*. <https://www.congress.gov/117/meeting/house/114035>

Varão, R. (2021). *Harold Lasswell e o campo da comunicação*. CRV.

Vosoughi, S., et al. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380). <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

Wachter, S., & Mittelstadt, B. (2019). Why fairness cannot be automated: Bridging the gap between EU non-discrimination law and AI. *Science*. <https://doi.org/10.1126/science.aaw2338>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.

Dossiê: Harold Lasswell e o retorno da propaganda: O centenário do livro *Propaganda Technique in the World War*

31

Woolley, S. (2023). *Manufacturing consensus: Understanding propaganda in the era of automation*. Yale University Press.

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. PublicAffairs.