

# Máquinas de guerra híbrida em plataformas algorítmicas

**Julio Cesar Lemes de Castro**

Universidade de Sorocaba, Sorocaba, São Paulo, Brasil

1

## Resumo

Guerra híbrida é tomada aqui como uma modalidade contemporânea de luta política baseada na desestabilização permanente, podendo apresentar-se como organizada horizontalmente ou comandada a partir de uma máquina de guerra. Este artigo de reflexão teórica, apoiado em pesquisa bibliográfica, propõe-se a analisar o estatuto e a atuação de máquinas de guerra híbrida em plataformas algorítmicas. Tais máquinas caracterizam-se pela excentricidade em relação à governança exercida pelas corporações nas plataformas. Elas tendem a reforçar a predisposição dos algoritmos à desinformação, o que contribui para a polarização assimétrica. Esta, por seu turno, envolve o posicionamento militante.

### Palavras-chave:

Guerra híbrida. Máquinas de guerra.  
Desinformação. Polarização assimétrica.  
Plataformas algorítmicas.

## Introdução

Em trabalho recente, procurei explicar como se exerce a governança algorítmica em geral, em suas dimensões relacional, vetorial e agencia-dora (CASTRO, 2018). Em outro texto, examinei como essa governança é exercida especificamente nas plataformas algorítmicas – sistemas como o *Facebook* e o *Google*, no qual todas as atividades e interações de cada usuário são rastreadas e ele é gerido com base nos dados assim conseguidos, através dos mecanismos de interpelação, perfilamento e performatividade (CASTRO, 2019). No presente artigo de articulação teórica, alicerçado em pesquisa bibliográfica, o objetivo é analisar circunstâncias em que uma rede centralizada no interior das plataformas algorítmicas, tratada como máquina de guerra híbrida, utiliza as plataformas como armas para seus próprios fins.

A ideia de guerra híbrida presta-se a usos díspares. Em sentido lato, guerra híbrida consiste na adoção de um conjunto de táticas que minimizam ou inclusive eliminam a necessidade de engajar-se francamente em operações

bélicas propriamente ditas. Cerca de cinco séculos antes de Cristo, Sun-Tzu (1993, p. 79, tradução nossa) pondera em seu livro clássico sobre a guerra: “Obter cem vitórias em cem batalhas não é a mais alta excelência; a mais alta excelência é subjugar o exército inimigo sem nenhuma luta”<sup>1</sup>. No mesmo diapasão, uma coletânea organizada por Murray e Mansoor (2012, tradução nossa) reúne artigos que pespegam o rótulo “guerra híbrida”<sup>2</sup> numa série de conflitos desde a Antiguidade. Numa acepção mais estrita, contudo, a ideia de guerra híbrida encontra-se na convergência de reflexões recentes sobre estratégias militares e mobilizações civis.

### Máquinas de guerra híbrida

Nas últimas décadas, especialistas têm sublinhado a mudança de natureza das guerras travadas em nossa época no cotejo com as do passado – as “novas guerras” *versus* as “guerras antigas”<sup>3</sup>, nos termos de Kaldor (2012, tradução nossa). Ao invés de enfrentamentos entre Estados por espaço territorial, advêm

sobretudo embates dentro de um país por espaço político, frequentemente com pretextos identitários – étnicos, religiosos etc. Nessas guerras disputadas no meio do povo, “a competição é por legitimidade, não por letalidade”<sup>4</sup> (RID; HECKER, 2009, p. 207, tradução nossa). Com isso, observamos a ascensão de uma variedade de guerra não-convencional, irregular, de insurgência, na qual o coeficiente midiático é primordial. Um artigo publicado na *Marine Corps Gazette* (LIND et al., 1989, tradução nossa) pleiteia batizá-la de “guerra de quarta geração”<sup>5</sup>, na qual “operações psicológicas podem tornar-se a arma operacional e estratégica dominante na forma de intervenção de mídia/informação”<sup>6</sup>. Arquilla e Ronfeldt (1993, p. 145, tradução nossa) discorrem sobre as *netwars*, que “se distinguiriam por seu direcionamento de informações e comunicações”<sup>7</sup> e que tentam “perturbar, deteriorar ou modificar o que uma população-alvo sabe ou pensa que sabe sobre si mesma e sobre o mundo a seu redor”<sup>8</sup> (ARQUILLA; RONFELDT, 1993, p. 144, tradução nossa).

- 1 “To win a hundred victories in a hundred battles is not the highest excellence; the highest excellence is to subdue the enemy’s army without fighting at all”.
- 2 “hybrid warfare”.
- 3 “new and old wars”.
- 4 “the competition is for legitimacy, not lethality”.
- 5 “fourth generation warfare”.
- 6 “psychological operations may become the dominant operational and strategic weapon in the form of media/information intervention”.
- 7 “would be distinguished by their targeting of information and communications”.
- 8 “to disrupt, damage, or modify what a target population knows or thinks it knows about itself and the world around it”.

Concomitantemente, ganham importância mobilizações da sociedade civil mirando mudanças de regime. Cumpre salientar a propósito a influência de Gene Sharp, cognominado “Clausewitz da guerra não-violenta”<sup>9</sup> (WEBER, 2004, p. 232, tradução nossa). Tencionando em princípio o combate a ditaduras, suas obras insuflam ativistas numa gama de situações em todo o mundo, como narra o documentário *Como começar uma revolução* (*How to start a revolution*, direção de Ruaridh Arrow, 2011). Sharp (2010, p. 79-86) lista 198 métodos de ação não-violenta, classificados em métodos de protesto não violento e persuasão; métodos de não cooperação social, econômica e política; e métodos de intervenção não violenta. Ele reconhece também a relevância das novas tecnologias, que, “embora não produzam milagres, podem ajudar na comunicação, na educação e no acesso à informação”<sup>10</sup> (SHARP, 2013, p. 115, tradução nossa). Carecendo de organização partidária e agenda ideológica clara, essas operações de mudança de regime discrepam da visão marxista tradicional de revolução. Quando têm êxito em derrubar o governo vigente, evidencia-se que este foi derrotado, mas o real vencedor parece indeterminado.

A confluência das mutações nos terrenos militar e civil é constatada pelo general Valery Gerasimov (2013, tradução nossa), na condição de comandante das forças armadas russas: “No século XXI, temos visto uma tendência a borrar as linhas entre os estados de guerra e paz. As guerras não são mais declaradas e, tendo começado, seguem de acordo com um modelo desconhecido”<sup>11</sup>. Segundo o analista político Andrew Korybko (2015), guerra híbrida é uma tentativa de desestabilização de regime que muitas vezes se limita à agitação no âmbito da sociedade civil, mas que pode eventualmente se desdobrar numa segunda etapa, tipificada pelo emprego de violência. Isso se aplica às ditas Revoluções Coloridas, que se desenrolam no arco geográfico circundando a Rússia: Revolução Bulldozer (Iugoslávia, 2000), Revolução Rosa (Geórgia, 2003), Revolução Laranja (Ucrânia, 2004-2005), Revolução das Tulipas (Quirguistão, 2005), Revolução Jeans (Bielorrússia, 2006), Revolução do *Twitter* (Moldávia, 2009). Para Korybko, elas implementam uma estratégia norte-americana, delineada numa profusão de documentos após a dissolução da União Soviética, planejando o enfraquecimento da Rússia. Previsivelmente, a narrativa rival do

9 “Clausewitz of nonviolent warfare”.

10 “although they do not produce miracles, can assist in communication, education, and access to information”.

11 “In the 21st century we have seen a tendency toward blurring the lines between the states of war and peace. Wars are no longer declared and, having begun, proceed according to an unfamiliar template”.

*establishment* norte-americano, representado pela RAND Corporation (CHIVVIS, 2017), e de seus aliados, reunidos na Multinational Capability Development Campaign (CULLEN; REICHBORN-KJENNERUD, 2017), adota o enfoque exatamente oposto. Para eles, são os russos que praticam efetivamente a guerra híbrida, mormente no tocante a seus vizinhos, como a Ucrânia e os países bálticos. De qualquer forma, mesmo na ausência de coordenação por parte de um agente externo, ou quando os alegados vestígios dessa interferência são frágeis e hauridos de teorias conspiratórias, como no caso do movimento dos coletes amarelos na França, iniciado em 2018, admite-se o uso da expressão (KORYBKO, 2018).

Neste artigo, guerra híbrida designa de maneira geral a política concebida à luz de uma lógica militar. Como se sabe, para Clausewitz (1984, p. 87, tradução nossa) “a guerra é meramente a continuação da política por outros meios”<sup>12</sup>. Trata-se aqui da inversão desse aforismo, sugerida por Foucault (1997, p. 16, tradução nossa) ao postular que “a política é a guerra continuada por outros meios”<sup>13</sup>. Inspirando-se no debate sobre desestabilização impulsionado por teóricos militares, a luta política pretende criar um estado de

desestabilização permanente, com vistas a destituir ou enfraquecer um regime, a vencer uma eleição ou até a governar. Portanto, a ideia de guerra híbrida remete a movimentos populares, operações institucionais (como o *lawfare*, uso de dispositivos legais como armas), campanhas eleitorais e estilos de governo – invariavelmente, em virtude da proeminência da desestabilização, com um viés antissistema. Ao abalar o *status quo*, a guerra híbrida pode abrir caminho para transformações profundas, na esteira do que Naomi Klein (2007, tradução nossa) intitula “doutrina do choque”<sup>14</sup>.

Fenômenos de guerra híbrida envolvem uma estrutura flexível e descentralizada ou um comando central, com vários estágios intermediários possíveis entre ambos. Movimentos contemporâneos, como o das Jornadas de Junho de 2013 no Brasil ou o dos coletes amarelos na França, que exibem uma estrutura flexível e descentralizada, são ambíguos, pois podem resultar de várias forças e servir a vários interesses, constituindo um desafio à categorização. Quando se cristaliza um comando central, podemos falar numa máquina de guerra híbrida, cruzando dois conceitos,

12 “war is merely the continuation of policy by other means”.

13 “la politique c’est la guerre continuée par d’autres moyens”.

14 “shock doctrine”.

o de guerra híbrida com o de máquina de guerra. Esta, consoante Deleuze e Guattari (1980, p. 446, tradução nossa), em *Mil platôs*, é um dispositivo que pode assumir configurações divergentes: “A forma de exterioridade da máquina de guerra faz com que esta exista apenas em suas próprias metamorfoses; ela existe tanto em uma inovação industrial como em uma invenção tecnológica, em um circuito comercial ou em uma criação religiosa”<sup>15</sup>. Ou seja, “a máquina de guerra não tem necessariamente a guerra como objeto”<sup>16</sup> (DELEUZE; GUATTARI, 1980, p. 518, tradução nossa). Acoplada ao conceito de guerra híbrida, como é feito aqui, a função da máquina de guerra é basicamente política. Recorrendo ainda à terminologia de Deleuze e Guattari (1973), introduzida anteriormente, em *O anti-Édipo*, podemos dizer que, se a dinâmica da guerra híbrida é desterritorializante, a máquina de guerra híbrida é reterritorializante.

Guerra híbrida é um fenômeno midiático por excelência. Como assinala um documento de

propaganda do Estado Islâmico (apud WINTER, 2017, p. 18, tradução nossa), que demonstra destreza em seu uso, “armas midiáticas [podem] na verdade ser mais potentes do que bombas atômicas”<sup>17</sup> e transmitir “o maior impacto sobre os espíritos de Seus inimigos”<sup>18</sup>. As plataformas algorítmicas são uma atmosfera especialmente favorável à guerra híbrida, cujas manifestações têm sido cada vez mais potencializadas por elas. Verificamos o “uso como arma de mídias sociais”<sup>19</sup> (NISSEN, 2015, tradução nossa), a “guerra de mídias sociais”<sup>20</sup> (ERBSCHLOE, 2017, tradução nossa). E, na medida em que dispõe de um comando central, a guerra híbrida opera como máquina de guerra montada no interior das plataformas algorítmicas.

A governança algorítmica possui em si mesma uma vertente desestabilizadora, aprofundada pelas máquinas de guerra híbrida. Exacerbar a desestabilização é uma estratégia aparentemente paradoxal, que em última instância fortalece o *status quo* sob uma roupagem antissistema e tem várias utilidades. Nos

15 “La forme d’extériorité de la machine de guerre fait qu’elle n’existe que dans ses propres métamorphoses; elle existe aussi bien dans une innovation industrielle, dans une invention technologique, dans un circuit commercial, dans une création religieuse”.

16 “la machine de guerre n’a pas nécessairement pour objet la guerre”.

17 “media weapons [can] actually be more potent than atomic bombs”.

18 “the greatest impact on the spirits of His enemies”.

19 “weaponization of social media”.

20 “social media warfare”.



campos de batalha das plataformas algorítmicas, podem operar máquinas de guerra híbrida de Estados visando outros Estados, governos visando populações, organizações visando governos, grupos terroristas visando uma variedade de alvos etc. Exemplo paradigmático de máquina de guerra híbrida em plataformas algorítmicas é a campanha de Donald Trump à presidência dos Estados Unidos, em 2016, que inspira dispositivos congêneres, incluindo o da campanha presidencial de Jair Bolsonaro no Brasil, dois anos depois.

A intenção, no entanto, não é retratar casos específicos; referências à campanha de Trump são *grosso modo* pertinentes à de Bolsonaro e outros. Trata-se de examinar de maneira geral como se dá a atuação das máquinas de guerra híbrida dentro das plataformas algorítmicas. Ressaltam-se três facetas abrangentes dessas máquinas, descritas em termos, por assim dizer, geométricos: a excentricidade, em relação às plataformas; a desinformação, no interior tanto de seu próprio campo quanto do campo antagônico nas plataformas; e a polarização assimétrica, de seu próprio campo em relação ao campo antagônico. É óbvio que as máquinas atuam diferentemente nas diversas plataformas, mas o foco aqui incide nos elementos comuns dessa atuação.

## Excentricidade

As plataformas algorítmicas reduzem a importância da mediação de instituições tradicionais. Mobilizações políticas ocorrem de forma mais direta, sendo articuladas nas redes e dispensando amiúde a interposição de organizações da sociedade civil (CASTRO, 2016a). Analogamente, as notícias não precisam passar obrigatoriamente pelo crivo do jornalismo – e, conquanto este preserve um papel relevante na produção noticiosa, tende a perder o controle da distribuição para as plataformas algorítmicas (CASTRO, 2017). Como defende Mark Zuckerberg (2018, tradução nossa), artífice do *Facebook*: “Eu acredito que o mundo fica melhor [...] quando mediadores tradicionais como governos e empresas de mídia não controlam quais ideias podem ser expressas”<sup>21</sup>. Se a governança algorítmica está apta a minar outros poderes, é porque ela se constitui como poder, ainda que camuflado por intermédio dos algoritmos. O alcance desse poder manifesta-se na circunstância de que ele logra arregimentar a agência do usuário em prol do controle. Tentativas de influenciar o funcionamento dos algoritmos, apesar de parecerem à primeira vista sinais de autonomia da parte do usuário, são efetivamente previstas e almejadas pelo sistema, em razão de calibrarem o controle exercido

21 “I believe the world is better [...] when traditional gatekeepers like governments and media companies don't control what ideas can be expressed”.

pelos algoritmos sobre o usuário, ampliando a eficácia desse controle.

Conforme o argumento de Tim Berners-Lee (2018, tradução nossa), inventor da World Wide Web e crítico acerbo de sua evolução recente, “o fato de que o poder está concentrado em tão poucas empresas tornou possível transformar a Web em arma em escala”<sup>22</sup>. Representando correntes sociais que atuam no interior das plataformas algorítmicas e tiram proveito de suas vulnerabilidades, as máquinas de guerra híbrida levam a desintermediação característica dessas plataformas a um patamar mais elevado. Elas promovem mobilizações recorrendo ainda mais ao virtual e mantêm suas próprias estruturas de produção e distribuição de notícias. Adicionalmente, tais máquinas permitem contornar em parte a mediação da governança exercida pelas corporações que gerem as plataformas algorítmicas. Se Deleuze e Guattari (1980) apontam uma certa exterioridade das máquinas de guerra em geral em relação ao aparato do Estado, podemos vislumbrar igualmente uma certa exterioridade das máquinas de guerra híbrida em relação à governança corporativa nas plataformas. Isso equivale a afirmar que elas são excêntricas com respeito

à governança corporativa, ou seja, se organizam (ou, posto de outro jeito, se reterritorializam) em volta de outro centro de gravidade, constituindo uma coordenação paralela. Colocar-se numa posição excêntrica lhes outorga uma aura antissistema, o que de alguma maneira reforça a camuflagem de seu poder em confronto com o das plataformas algorítmicas. Por estarem parcialmente fora do controle das plataformas, as máquinas de guerra híbrida tensionam sua gestão e descolam-se de suas normas e de seu espírito, corporificando uma espécie de governança algorítmica disruptiva. Deleuze e Guattari (1980, p. 436-437) assinalam a diferença de dinâmica entre o aparato estatal e a máquina de guerra, que eles aproximam respectivamente do xadrez e do go; de modo semelhante, poderíamos comparar a governança corporativa das plataformas algorítmicas ao xadrez e a máquina de guerra híbrida, com sua maior versatilidade, ao go. Máquinas de guerra, comenta Mbembe (2011, p. 58, tradução nossa), são “organizações difusas e polimorfos”<sup>23</sup>. Mais do que fugir ao controle das plataformas, na verdade, as máquinas de guerra híbrida usam as plataformas como arma, colocando-as até determinado ponto a sua mercê. Nesse sentido, cabe certa homologia com o fascismo,

**22** “the fact that power is concentrated among so few companies has made it possible to weaponise the web at scale”.

**23** “organizaciones difusas y polimorfos”.

no qual “uma máquina de guerra se apodera do Estado”<sup>24</sup> (DELEUZE; GUATTARI, p. 281, tradução nossa).

A excentricidade das máquinas de guerra híbrida *vis-à-vis* a governança corporativa apoia-se numa infraestrutura informacional própria. Tal infraestrutura concatena a atuação em plataformas distintas, que cumprem diversos encargos: de organização, educação política, difusão de propaganda (ou desinformação) etc. Até no contexto mais espontâneo de guerra híbrida da Primavera Árabe, um ativista egípcio tuíta uma fórmula que patenteia a articulação midiática do movimento: “Utilizamos o *Facebook* para agendar os protestos, o *Twitter* para coordenar, e o *YouTube* para mostrar ao mundo”<sup>25</sup> (tradução nossa). No caso de campanhas eleitorais, que são autênticas máquinas de guerra híbrida, o arcabouço *on-line* mais consolidado conjuga-se com a presença em mídias tradicionais, como jornais, revistas, rádio e televisão. Nas mesmas redes se integram as atividades de usuários reais e postigos (perfis falsos e robôs). Nelas desempenham atribuições complementares os voluntários e os serviços contratados de terceiros. Além disso, às

vantagens da horizontalidade das redes, que estimula a participação e a iniciativa, agregam-se as de uma coordenação dos esforços, que enseja foco e eficiência. Em que pese tal coordenação, as máquinas de guerra híbrida são menos centralizadas que as plataformas algorítmicas nas quais se situam. Elas perfilham um pensamento militar mais avançado, que preconiza a atuação sincronizada de agentes num sistema no qual as novas tecnologias propiciam um deslocamento do “poder para a borda”<sup>26</sup> (ALBERTS; HAYES, 2003, tradução nossa). E o desdobramento de sua ação em múltiplos *fronts* assume as feições de uma “guerra fractal”<sup>27</sup> (ALLIEZ; LAZZARATO, 2018, tradução nossa).

Na campanha de Trump, ele próprio municia a máquina de guerra híbrida forjada a seu redor. Quando o magnata se torna candidato, sua presença no *Twitter* se intensifica; não só a quantidade de mensagens se multiplica, mas ele também se responsabiliza pessoalmente pelos tuítes, em lugar de deixar essa tarefa para uma equipe. Ademais, sua retórica é eficiente para energizar sua base e desconstruir seus adversários (HESS, 2016), ainda que o tom em geral soe pouco presidencial (na

24 “une machine de guerre s’empare de l’État”.

25 “we use Facebook to schedule the protests, Twitter to coordinate, and YouTube to tell the world”.

26 “power to the edge”.

27 “fractal war”.



verdade, numa boa proporção sua eficiência deriva precisamente desse tom, que lhe confere autenticidade e combatividade). Contando com maior número de seguidores nessa e em outras plataformas, e aproveitando-se do elã polêmico para ampliar o alcance de suas declarações e pautar o comportamento da mídia *mainstream*, Trump dispõe na prática de uma caixa de ressonância midiática muito superior à de seus competidores, o que lhe garante maior exposição com menor gasto de propaganda. Como ele sintetiza numa entrevista à televisão subsequente às eleições, “eu acho que as mídias sociais têm mais poder do que o dinheiro que gastaram, e acho que, talvez até certo ponto, eu provei isso”<sup>28</sup> (CBS NEWS, 2016, tradução nossa). Por isso, na *New York Review of Books*, Sue Halpern (2017, p. 61, tradução nossa) proclama: “Trump é nosso primeiro presidente *Facebook*”<sup>29</sup>.

Na trilha do uso militar de identidades falsas por parte de espões e agentes infiltrados, um recurso frequente nas máquinas de guerra híbrida em plataformas algorítmicas são os perfis falsos. Nos primórdios da popularização da Internet, o anonimato era regra. O panorama altera-se com o advento das redes sociais, que requerem do usuário

sua identidade lúdica. Para o desígnio convencional das redes, de colocá-lo em contato com familiares, amigos, colegas de trabalho, conhecidos, uma identificação fictícia seria, com efeito, inútil. Essa virada coincide com a crescente valorização da segurança e desvalorização da privacidade depois dos atentados terroristas de 11 de setembro. De toda forma, há casos de usuários que criam perfis falsos para navegar anonimamente nas redes ou para iludir terceiros impelidos por motivações pessoais, enquanto outros o fazem para escapar de perseguição política. O uso de contas falsas em máquinas de guerra híbrida, contudo, obedece a outra lógica. Essas contas são criadas muitas vezes em grande quantidade, com o auxílio de *scripts* e com o intuito precípua de articularem-se em rede, entre si e com contas legítimas, de modo a reverberar propaganda, desinformação etc. Ou seja, elas propõem-se a explorar o funcionamento dos algoritmos, promovendo conteúdos à revelia das corporações que administram as plataformas. Embora a inflação do número de usuários e do volume de atividade trazida pelas contas falsas em tese afete positivamente os indicadores de performance das plataformas, as perturbações desencadeadas costumam acarretar sua coibição – a principal

28 “I think that social media has more power than the money they spent, and I think maybe to a certain extent, I proved that”.

29 “Trump is our first Facebook president”.

providência do *Facebook* contra a desinformação é suprimir perfis falsos que a apregoam.

Um caso especial de perfis falsos é o dos robôs, tipo de programa que simula ser um usuário real. O uso de robôs pelas máquinas de guerra híbrida em plataformas algorítmicas é correlato ao florescente emprego militar de drones e tecnologias parecidas. Vale notar que os robôs (vocábulo que surgiu na literatura de ficção científica a partir do checo “*robot*”, trabalhador forçado) são excepcionalmente adequados para a finalidade a que se destinam, a de alinhar-se a movimentos coletivos dentro das plataformas, quer para viralizar conteúdos, quer para soterrar conteúdos de oponentes, por exemplo sequestrando suas *hashtags* no *Twitter* ao inundá-las com suas próprias mensagens. Malgrado tenham autonomia limitada em contraste com usuários humanos, os robôs obviamente se adaptam sem dificuldades a uma disciplina febril de trabalho (a atividade excessiva, aliás, é um dos índices mais seguros para discerni-los) e se multiplicam de maneira a formarem verdadeiros exércitos. Um único usuário pode controlar uma rede de robôs (*botnet*), o que facilita sua manipulação. E, graças à pujança de seus rastros quantitativos, captada imediatamente pelos algoritmos das plataformas, os robôs ostentam um notável potencial de direcionar as discussões. Além disso, eles nem sempre são facilmente detectáveis – em

alguns procedimentos utilizados para esse fim, a suposição de que determinado perfil corresponda a um robô é formulada em termos de probabilidade. Por ocasião do primeiro debate entre os candidatos na corrida presidencial norte-americana (26 de setembro), a proporção entre os robôs pró-Trump e pró-Hillary Clinton é de quatro para um; no dia da eleição (8 de novembro), ela sobe a cinco para um (KOLLANYI et al., 2016).

Assim como corporações e mercenários são alistados para fins militares, as máquinas de guerra híbrida valem-se dos préstimos de terceiros. Emblemático nesse quesito é o papel da Cambridge Analytica, cuja matriz britânica, Strategic Communications Laboratories (SCL), já tinha colaborado com o Departamento de Defesa norte-americano em missões de inteligência em países como Irã, Líbia e Síria (CONFESSORE; HAKIM, 2017). Financiada pelo bilionário norte-americano Robert Mercer (também um dos principais financiadores da campanha de Trump), a Cambridge Analytica recruta Steve Bannon (posteriormente diretor-executivo da campanha de Trump e estrategista-chefe da Casa Branca nos meses iniciais do governo) como vice-presidente. A empresa presta colaboração decisiva tanto à campanha de Trump quanto à dos partidários do Brexit, no referendo de meses antes no Reino Unido, particularmente no que concerne à customização das mensagens

– a microsegmentação (*microtargeting*). Para isso, porém, ela lança mão de métodos controversos. Como se descobre posteriormente, um pesquisador na Universidade de Cambridge elabora, simultaneamente a suas atividades acadêmicas, um teste psicológico à guisa de aplicativo para usuários do *Facebook*, coletando dados não apenas daqueles que se submetem ao teste, mas igualmente de seus amigos, e todos esses dados são vendidos para a Cambridge Analytica em violação dos preceitos da plataforma (CADWALLADR; GRAHAM-HARRISON, 2018). De acordo com estimativa do *Facebook*, o número de usuários cujos dados são vazados desse modo atinge 87 milhões (KANG; FRENKEL, 2018).

O fato de as máquinas de guerra híbrida contarem com uma infraestrutura informacional própria, utilizando-se inclusive de serviços de terceiros, não as difere a rigor da lógica da governança algorítmica, ainda que as afaste, como mencionado, das normas e do espírito das plataformas. De certa forma, elas reproduzem essa lógica, criando miniplataformas dentro das plataformas (um pouco como os aplicativos desenvolvidos com autorização destas) e manejando recursos de personalização de conteúdos através de algoritmos

do tipo que as plataformas usam habitualmente. De maneira análoga, na medida em que a governança algorítmica capta os sujeitos fragmentariamente por intermédio de sua dimensão relacional (CASTRO, 2018), interpretando-os como perfis (CASTRO, 2019), nela se rompe o vínculo com sujeitos concretos, daí ao uso de perfis falsos e robôs pelas máquinas de guerra híbrida é só um passo.

As plataformas algorítmicas têm consciência da atuação de máquinas de guerra híbrida em seu interior. Partindo da noção militar de “operações de informação”<sup>30</sup> (JOINT CHIEFS OF STAFF, 2014, tradução nossa), um documento preparado por responsáveis pela segurança do *Facebook* declara: “Definimos as operações de informação [...] como ações realizadas por atores organizados (governos ou atores não-estatais) para distorcer o sentimento político interno ou externo, mais frequentemente para alcançar um resultado estratégico e/ou geopolítico”<sup>31</sup> (WEEDON et al., 2017, tradução nossa). Embora tracem estratégias para tentar monitorar e conter a atuação das máquinas de guerra híbrida, as plataformas têm dificuldade em preveni-la. Na realidade, se elas são parasitadas por essas máquinas, isso implica um certo nível

30 “information operations”.

31 “We define information operations [...] as actions taken by organized actors (governments or non-state actors) to distort domestic or foreign political sentiment, most frequently to achieve a strategic and/or geopolitical outcome”.

de convivência por parte delas, por conta da receita auferida com publicidade e/ou do cuidado em não alienar uma parcela dos usuários. Há relatos de que funcionários do *Facebook* trabalharam lado a lado com representantes da Cambridge Analytica no escritório da campanha digital de Trump, onde entrevistaram ainda funcionários do Google e do *YouTube* – privilégio compatível com um grande anunciante, como foi a campanha (KOZLOWSKA, 2018). Documentos internos do *Facebook*, depoimentos de ex-funcionários e da campanha revelam que a plataforma apreciou a estratégia de marketing de Trump e dela tirou lições (MAC; WARZEL, 2018).

A despeito de seu papel fundamental tanto na guerra híbrida em geral quanto nas máquinas de guerra híbrida, as plataformas algorítmicas aludem com discrição a esse papel, buscando manter uma imagem neutra, dissociada de pendengas políticas, a ponto de preservar seus compromissos de negócios. Por ocasião da Primavera Árabe, quando um repórter da *Newsweek* chega a nomear os eventos no Egito como “revolta do *Facebook*”<sup>32</sup>

(GIGLIO, 2011, tradução nossa), Zuckerberg (apud BRADSHAW, 2011, tradução nossa) distancia sua companhia do movimento:

Acho que o *Facebook* não foi necessário nem suficiente para qualquer uma dessas coisas acontecer. O que eu penso é que com o tempo a Internet está desempenhando um papel em fazer com que as pessoas possam comunicar-se mais efetivamente e isso provavelmente de fato ajuda a organizar algumas dessas coisas. Se não fosse o *Facebook* seria outra coisa.<sup>33</sup>

Diante do acúmulo de evidências de irregularidades no uso do *Facebook* na eleição presidencial norte-americana, o executivo reage com cautela. Em novembro de 2016, logo depois da vitória de Trump, ele descarta que notícias falsas no *Facebook* tenham influenciado a eleição, tachando isso como uma “ideia maluca”<sup>34</sup> (apud SOLON, 2016, tradução nossa). Em setembro do ano seguinte, admite ter falhado ao não reconhecer a seriedade do assunto: “Chamar isso de maluquice foi desdenhar e eu me arrependo”<sup>35</sup> (ZUCKERBERG, 2017, tradução nossa). E, em depoimento aos congressistas norte-americanos em abril de 2018, concede: “Está claro agora que não

32 “Facebook revolt”.

33 “I think that Facebook was neither necessary nor sufficient for any of those things to happen. I do think over time the internet is playing a role in making it so people can communicate more effectively and that probably does help to organise some of these things. If it weren't Facebook it would be something else”.

34 “crazy idea”.

35 “Calling that crazy was dismissive and I regret it”.

fizemos o bastante para evitar que essas ferramentas fossem usadas também para causar dano”<sup>36</sup> (apud SALINAS, 2018, tradução nossa). Mesmo esse *mea culpa* arrancado a fórceps, porém, é pontuado por ressalvas frisando o saldo positivo da atuação da companhia.

### Desinformação

Na governança algorítmica, os algoritmos operam na prática como uma “instância de veridicação”<sup>37</sup>, para fazer um paralelo com o papel de estabelecimento da verdade que em outro contexto Foucault (2004, p. 35, tradução nossa) associa ao mercado. O critério crucial de valorização de conteúdos nas plataformas algorítmicas é a circulação: os conteúdos que se impõem são aqueles que granjeiam maior repercussão. Ou seja, a verdade é aquela estatisticamente contingente, não a ontologicamente essencial, definida pela correspondência aos fatos. Na frase cínica de Neetzan Zimmerman, blogueiro que ganha notoriedade no site Gawker como especialista em viralização de conteúdos, “hoje em dia não é importante se uma história é real, a única coisa que realmente importa é se as pessoas clicam nela”<sup>38</sup> (apud HOLMES, 2014, tradução

nossa). O fundamento precário da veridicação mediante algoritmos contém, destarte, os germes da desinformação – o uso de informações falsas (fabricadas ou distorcidas) com a intenção deliberada de enganar.

Guerra e verdade sempre caminharam separadas. Como observa Samuel Johnson (1761, p. 169, tradução nossa), “entre as calamidades da guerra pode ser [...] enumerada a diminuição do amor pela verdade”<sup>39</sup>, constatação sintetizada no bordão surgido na época da Primeira Guerra Mundial, “a verdade é a primeira vítima da guerra”<sup>40</sup> (SNOWDEN, 1916, p. vii, tradução nossa). Não é à toa que o uso da desinformação pelas máquinas de guerra híbrida é precedido pela longa história de seu uso militar. Já Sun-Tzu (1993, p. 174, tradução nossa) ensina que “a guerra é a arte do engano”<sup>41</sup>. Não obstante seus pilares factuais duvidosos, é emblemático a respeito o mito antigo do cavalo de Troia, que apropriadamente denomina em nossos dias uma variante de programa malicioso de computador. Na Guerra do Vietnã, os pilotos de caças norte-americanos que fazem manobras para tentar atrair os aviões norte-vietnamitas

36 “It’s clear now that we didn’t do enough to prevent these tools from being used for harm as well”.

37 “instance de véridiction”.

38 “nowadays it’s not important if a story’s real, the only thing that really matters is whether people click on it”.

39 “among the calamities of war may be [...] numbered the diminution of the love of truth”.

40 “truth is the first casualty of war”.

41 “warfare is the art of deceit”.



para o combate aberto, mantendo assim os bombardeiros fora de seu raio de ação, dizem estar “*trolling for MIGs*” (SAAR, 1972, p. 28). Mais tarde, o termo “*trolling*” indica táticas para provocar reações emocionais de usuários da Internet, que incluem a postagem deliberada de informações errôneas. Na Guerra do Iraque, o Pentágono paga milhões de dólares para uma firma britânica de relações públicas criar vídeos falsos de propaganda da Al-Qaeda (BLACK; FIELDING-SMITH, 2016), veiculados *on-line* com o intuito de enganar e rastrear simpatizantes de terrorismo.

Do uso militar ao uso eleitoral da desinformação a distância é curta; no adágio frequentemente atribuído ao chanceler alemão Bismarck, mas provavelmente de autoria do deputado Louis Constanz Berger, seu contemporâneo e contemporâneo, “nunca se mente tanto como antes de uma eleição, durante uma guerra, ou depois de uma caçada”<sup>42</sup> (tradução nossa). Em 2016, por conta principalmente do referendo que aprova o Brexit e da eleição de Trump, ganham evidência as expressões “notícias falsas” (*fake news*) e “pós-verdade” (*post-truth*) – esta, escolhida como “palavra do ano”<sup>43</sup> (OXFORD DICTIONARIES, 2016, tradução nossa). Papel fulcral nesse

sentido cabe às plataformas algorítmicas, porquanto nelas, cujo motor é a recursividade, na forma do *feedback* dos usuários que reorienta continuamente o que lhes é exibido, a desinformação causa mais impacto do que a informação. Numa pesquisa empírica sobre notícias falsas, abrangendo cerca de 126 mil histórias divulgadas por aproximadamente 3 milhões de pessoas mais de 4,5 milhões de vezes desde o início do *Twitter*, em 2006, até 2017, Vosoughi et al. (2018) concluem que os boatos se alastram mais rapidamente e para um número maior de pessoas do que as notícias verdadeiras. Por isso a desinformação tende a ser privilegiada e exacerbada pelas máquinas de guerra híbrida, como a da campanha de Trump, que se distinguem pela produção e propagação em escala industrial de notícias falsas.

O exemplo vem do próprio candidato, que profere mais de cem falsidades nos cinco meses antecedendo a eleição, segundo reporta o jornal britânico *The Guardian* (YUHAS, 2016). Filmados furtivamente por um canal de TV do Reino Unido, o presidente da Cambridge Analytica, Alexander Nix, assevera que “essas são coisas que não necessariamente precisam ser verdadeiras, desde que se acredite nelas”<sup>44</sup>,

42 “es wird niemals so viel gelogen wie vor der Wahl, während des Krieges und nach der Jagd”.

43 “word of the year”.

44 “these are things that don’t necessarily need to be true as long as they are believed”.

enquanto o diretor-gerente, Mark Turnbull, declara que “não adianta disputar uma campanha eleitoral com base em fatos”<sup>45</sup> (CHANNEL 4 NEWS, 2018, tradução nossa). Mas a capilaridade da desinformação implica a participação primacial de usuários comuns. Usuários com motivações puramente comerciais também colaboram com o esquema de desinformação, como os jovens da Macedônia que publicam notícias falsas, direcionadas ao eleitorado de Trump, com vistas a auferir renda fácil com anúncios (SILVERMAN; ALEXANDER, 2016).

Um estudo do *BuzzFeed News* (SILVERMAN, 2016) mostra que, nos três meses antes das eleições, as 20 notícias falsas mais populares, das quais 17 são pró-Trump (ou anti-Clinton), geram 8,7 milhões de engajamentos (entre curtidas, compartilhamentos e comentários) no *Facebook*, ao passo que as 20 notícias mais populares de sites *mainstream* de notícias suscitam 7,4 milhões de engajamentos. Já a investigação de Allcott e Gentzkow (2017) arrola 115 notícias pró-Trump e 41 notícias pró-Clinton, definidas como falsas por três conceituados sites de checagem no período de três meses antes da eleição, compartilhadas respectivamente 30,3 milhões de vezes e 7,6 milhões de vezes no *Facebook*. No *Twitter*, levantamento atesta que 65% dos links de notícias falsas

apontam para apenas 10 sites; mais de 60% das contas propalando notícias falsas têm indícios de algum tipo de atividade automática; há um núcleo ultradenso dessas contas que seguem umas às outras; e as contas pró-Trump são responsáveis pela grande maioria de notícias falsas no mês anterior à eleição (HINDMAN; BARASH, 2018). Para outra análise do *Twitter*, os apoiadores de Trump impulsionam principalmente material de sites de notícias falsas ou extremamente enviesadas e de sites de notícias conservadores, enquanto o que os apoiadores de Clinton mais repercutem é material de sites de notícias de centro ou liberais (BOVET; MAKSE, 2019). Examinando o tráfego em sites de notícias falsas nos meses anteriores à eleição, Fourney et al. (2017) constatam que 68% de todas as visitas oriundas de fontes passíveis de identificação vêm do *Facebook* e do *Twitter*.

A desinformação como arma comparece via de regra em alto volume, em várias plataformas e de modo repetitivo, originando um fluxo ininterrupto. O processo é chamado de “*firehosing*”, derivado de “*firehose*”, literalmente “mangueira de incêndio” (PAUL; MATTHEWS, 2016). No vasto liquidificador de conteúdos das plataformas algorítmicas, essa desinformação mistura-se às informações

verdadeiras. Além disso, quem pratica a desinformação acusa com frequência seus críticos e adversários de o fazerem (Trump considera sistematicamente como “notícias falsas” as que não lhe agradam), aumentando a desorientação. O resultado plausível dessa combinação de fatores é uma espécie de anomia informacional, tomando em outra chave o termo de Durkheim, a fim de designar a perda de parâmetros para discriminar o que é verdadeiro ou falso. Esse cenário gera em tese um grau zero de sentido, mas, dependendo da força da desinformação e da receptividade de quem a consome, pode prevalecer o sentido falso. Nesse caso, a desinformação aparelha a polarização assimétrica, que será abordada na próxima seção, e tem implicações além das plataformas. No incidente conhecido como Pizzagate, uma teoria da conspiração espalhada nas redes que ligava Clinton a uma suposta trama de pedofilia e tráfico humano tendo como polo um restaurante em Washington (DC), o proprietário e os empregados recebem ameaças e um homem chega a invadir o local e disparar um rifle.

Os militares servem-se da desinformação tanto para robustecer o ânimo de suas tropas como para desnortear e enfraquecer o inimigo. John Boyd (2018, tradução nossa),

coronel da Força Aérea, morto em 1997, que mobiliza uma extensa tradição de elucubrações teóricas sobre a guerra para renovar o pensamento militar norte-americano, propõe gerar confusão e desordem por meio de atividades a um só tempo ameaçadoras, ambíguas, caóticas e enganosas, de maneira a desarranjar o ciclo “observar-orientar-decidir-agir”<sup>46</sup> (OODA) do adversário e induzi-lo a reações desproporcionais (exageradas ou insuficientes). Similarmente, as máquinas de guerra híbrida recorrem à desinformação para estimular o entusiasmo de seus adeptos e, no mínimo, semear a anomia entre seus antagonistas, se não for possível conquistá-los. Assim, a campanha de Trump direciona anúncios a prováveis eleitores de Clinton nos Estados decisivos do Colégio Eleitoral tentando persuadi-los a não comparecer às urnas, ou até a votar em Jill Stein, a candidata do Partido Verde. E, na forma de polêmicas e provocações, a desinformação, além de atrair os holofotes sobre si com esforço e custo relativamente baixos, pode servir como cortina de fumaça, quando necessário, para desviar a atenção de outros temas. No jargão jornalístico, ela tem efeitos de agendamento (*agenda-setting*), definindo tópicos de discussão, e enquadramento (*framing*), estipulando ângulos para discuti-los.

A excentricidade franqueia passagem para a desinformação, uma vez que as máquinas de guerra híbrida não se submetem exatamente às prescrições das plataformas algorítmicas. Simetricamente, a desinformação funciona como índice da excentricidade, daquilo que não é desejado pelas plataformas e elas pretendem cercear. Efetivamente, apesar da propensão à desinformação nas plataformas, como foi registrado, sua radicalização põe em xeque a sobrevivência delas, criando fricções com usuários, anunciantes e reguladores.

### Polarização assimétrica

O modelo de plataforma algorítmica abarca certo ideal de harmonia, seja entre os vários setores da vida de cada um, seja nas interações com outros usuários e conteúdos, seja na receptividade à publicidade. Trata-se de uma esfera pública privatizada e sanitizada, subordinada ao consumo, misto de condomínio e *shopping center*. Do prisma político, é uma ágora supostamente neutra, gerida por regulamentos severos e arquitetada como zona de consenso básico, na qual a diversidade concorreria para o entendimento e a tolerância. Conforme Zuckerberg, em carta que integra a documentação para a abertura de capital do Facebook (2012, p. 67, tradução nossa), “o fato de as pessoas compartilharem mais – mesmo

que apenas com seus amigos próximos ou familiares – cria uma cultura mais aberta e conduz a uma melhor compreensão das vidas e perspectivas dos outros”<sup>47</sup>.

A racionalidade aparente do arranjo é ambígua, todavia, embutindo um quê de fundamentalismo. Há nele uma obsessão de rendimento, de normatividade, de conquista de territórios (novos usuários, novos anunciantes, novos serviços), que assume ares de cruzada corporativa. Paralelamente, o equilíbrio da governança algorítmica nas plataformas é ilusório. Essa governança dá margem inevitavelmente a desequilíbrios, ao engendrar por exemplo bolhas de filtro e movimentos de bola de neve, que induzem a polarização.

As máquinas de guerra híbrida não apenas aguçam a tendência à polarização presente nas plataformas algorítmicas, mas nela imprimem um caráter assimétrico. Posto que uma máquina de guerra se coloca como força excêntrica face às plataformas, no plano em que ela se situa em princípio não há rivais. Mesmo que sua presença coincida com a de outra máquina que não seja de guerra híbrida, a correlação de forças desequilibra-se em seu benefício. A assimetria vem, antes de tudo, do *feedback loop* informacional em que ela se instala,

47 “people sharing more – even if just with their close friends or families – creates a more open culture and leads to a better understanding of the lives and perspectives of others”.

do fato de que ela se alimenta de uma dieta informacional mais homogênea, o que lhe dá maior consistência ideológica. Isso é válido para os conservadores norte-americanos em geral, entrancheados num nicho muito mais rígido do que o dos liberais, como consignam Benkler et al. (2018). E nas plataformas algorítmicas, que oferecem a cada um o que ele quer ver, as posturas radicalizadas aprofundam-se. A máquina de guerra híbrida arroga-se o lugar de condutora de uma cruzada, com um nível de coordenação, força e belicosidade que falta a seus adversários, tratados como inimigos. O que aspirava a ser condomínio, *shopping center* ou ágora anódina vira campo de batalha no qual um dos lados, como nas guerras assimétricas, erige-se em insurgência. Vemos aqui como a velocidade da circulação de sentidos via tecnologia solapa a política costumeira, instaurando o que Virilio chama de “transpolítica”<sup>48</sup>, não mais assentada no diálogo (VIRILIO; LOTRINGER, 2008, p. 42, tradução nossa).

A campanha eleitoral de Trump em 2015-2016 ilustra a concepção do processo eleitoral como uma operação de guerra. Num e-mail obtido pelo *BuzzFeed News* (BERNSTEIN, 2017, tradução nossa), Bannon,

responsável pelo site de extrema-direita *Breitbart News* antes de assessorar Trump, reputa a mídia social em geral como “uma poderosa arma de guerra”<sup>49</sup>. O braço da campanha de Trump dedicado à microsegmentação *on-line* recebe o epíteto de “Projeto Alamo”<sup>50</sup>, conjurando a noção de batalha digital (BARTLETT, 2017, tradução nossa). Discursando uma semana após a eleição, o tenente-general Michael T. Flynn (2016, tradução nossa), assessor da campanha e mais tarde, por um breve intervalo, conselheiro de segurança nacional da presidência, proclama: “Isso foi uma insurgência, pessoal, isso foi executado como uma insurgência. Isso foi uma guerra irregular por excelência, em política”<sup>51</sup>.

Nas máquinas de guerra híbrida em plataformas algorítmicas, a polarização assimétrica é propelida pela potencialização de narrativas, afetos e efeitos meméticos.

Dado que os algoritmos consistem em instrumentos por excelência para hierarquizar conteúdos, as plataformas algorítmicas aparecem como palco de uma peleja incessante por atenção, em que a narrativa – diretriz

48 “transpolitics”.

49 “a powerful weapon of war”.

50 “Project Alamo”.

51 “This was an insurgency, folks, this was run like an insurgency. This was irregular warfare at its finest, in politics”.



geral utilizada para caracterizar suas próprias posições e as posições dos antagonistas – ganha o *status* de arma. De modo geral, “a narrativa como arma procura minar a civilização, a identidade e a vontade de um oponente, gerando complexidade, confusão e cismas políticos e sociais”<sup>52</sup> (ALLENBY; GARREAU, 2017, p. 5, tradução nossa). Na guerra de narrativas, máxime num contexto de anomia informacional, saem na frente aquelas de corte maniqueísta, do tipo que divide o mundo em mocinhos e bandidos, atribuindo todas as qualidades aos primeiros e todos os defeitos aos segundos. Outro pormenor que merece ser realçado é seu caráter antissistema. Como observa Adorno (1975, p. 42, tradução nossa) em seu estudo sobre Martin Luther Thomas, líder norte-americano de extrema-direita nos anos 1950, trata-se de “evidenciar uma atitude ‘contra’ em vez de ‘a favor de’”<sup>53</sup>. Se as plataformas tendem a exibir certo viés antissistema, já que se colocam como alternativas às modalidades corriqueiras de mediação, nas máquinas de guerra híbrida, localizadas em posição excêntrica relativamente às plataformas, tal viés é tonificado. É em torno de temas culturais que se encadeiam comumente

as narrativas mais polarizadoras, as quais apelam ao pânico moral. Hunter (1991, tradução nossa) refere-se a “guerras culturais”<sup>54</sup> a propósito da divisão entre ortodoxos e progressistas nos Estados Unidos no que tange a questões como aborto, homossexualidade, uso de drogas e porte de armas. Já no discurso de lançamento de sua candidatura às primárias do Partido Republicano, em 2015, Trump dá a tônica da guerra cultural que marcaria sua campanha, estigmatizando os imigrantes mexicanos como criminosos, traficantes e estupradores. Ademais, num quadro de fragmentação, as narrativas atiram em todas as direções, testando as reações, mas mantêm um substrato genérico comum. A oposição polarizadora entre nós e eles e a unificação de demandas díspares por meio de significantes vazios remetem ao modelo de populismo formulado por Laclau (2005). A potencialização das narrativas nas máquinas de guerra híbrida é tributária, por conseguinte, de seus aspectos maniqueísta, antissistema, de guerra cultural e populista.

Nas máquinas de guerra, afirmam Deleuze e Guattari (1980, p. 498, tradução nossa), “as

52 “weaponized narrative seeks to undermine an opponent’s civilization, identity, and will by generating complexity, confusion, and political and social schisms”.

53 “to evince an ‘against’ rather than a ‘for’ attitude”.

54 “culture wars”.

armas são afetos, e os afetos, armas”<sup>55</sup>. O ódio é favorecido sobremaneira pelas plataformas algorítmicas, visto que está associado a maior engajamento. Ele ajusta-se à perfeição a narrativas simplificadoras, polarizantes, anti-sistema, direcionando-se diretamente àquilo que é demonizado por essas narrativas. Por outro lado, como demonstra a psicologia de massa de Freud (1967), o ódio dirigido a um alvo exterior funciona muito bem como motor de coesão de um grupo. Uma análise de cerca de 70 milhões de postagens de 278.654 usuários do *Weibo*, o equivalente chinês do *Twitter*, conclui que a raiva é significativamente mais influente que outras emoções, como a alegria (FAN et al., 2014). Avulta adicionalmente nas plataformas o ressentimento, que é próximo do ódio, como se fora uma mistura de ódio com inveja ou despeito. O ressentimento dirige-se preferencialmente àqueles que são encarados como receptores injustos de regalias, através, por exemplo, de programas sociais premiando indevidamente pessoas que estão no país ilegalmente, que não trabalham ou não se esforçam razoavelmente, que geram filhos sem ter condições de provê-los etc. Outro afeto marcante é o medo, explorado por meio de notícias que focalizam algo que possa representar uma ameaça para o sujeito.

Averiguações empíricas (FESSLER et al., 2017) sinalizam que os conservadores estão mais inclinados a acreditar nesse gênero de notícias. A potencialização dos afetos significa, pois, cultivar sobretudo o ódio, o ressentimento e o medo.

“Meme”, neologismo proposto pelo biólogo evolutivo Richard Dawkins (2006), indica uma unidade de transmissão cultural que se espalha rapidamente. Nas plataformas algorítmicas, ele consta de uma frase, uma imagem (tipicamente uma combinação de ambas) ou um vídeo, em torno do qual se elaboram e se disseminam variações. Inspirado no gene, o meme encarna uma dinâmica darwinista de competição, na qual triunfam os mais aptos. Na batalha por atenção nas plataformas algorítmicas, os memes sobressaem como uma variante divertida, irreverente, *pop* de pugna política. Um membro do grupo Otpor, que fomentou a pioneira das Revoluções Coloridas, na Sérvia (ainda sob o nome de Iugoslávia), e lá criou uma espécie de centro de treinamento de guerra híbrida para ativistas do mundo todo, afirma na época da Primavera Árabe: “Estamos tentando tornar a política *sexy*”<sup>56</sup> (ROSENBERG, 2011, tradução

55 “les armes sont des affects, et les affects des armes”.

56 “We’re trying to make politics sexy”.

nossa). Mesmo entre os militares, a memética é cogitada seriamente como um ramo de operações, como advoga o então major Michael B. Prosser (2006) numa dissertação de mestrado defendida junto à Marine Corps University. A potencialização de efeitos meméticos pressupõe a valorização de itens como o humor e a simplicidade, mas a viralização tem um elemento imprevisível, daí porque as máquinas de guerra híbrida recorrem a tentativa e erro para discernir os mais bem-sucedidos. Apoiadores informais de Trump aglutinados em plataformas como Reddit e 4chan, mas mantendo conexões com a campanha, referem-se a sua contenda com os partidários de candidaturas rivais, nas primárias do Partido Republicano e nas eleições gerais, como a “Grande Guerra dos Memes”<sup>57</sup> (SCHRECKINGER, 2017, tradução nossa). A estética do meme torna as expressões de agressividade mais palatáveis; além disso, a identificação de lideranças a memes, personagens com certa aura fictícia, ajuda a naturalizar comportamentos ultrajantes. Consciente disso, Trump chega a gabar-se, durante as primárias: “Eu poderia ficar no meio da Quinta Avenida e atirar em alguém e não perderia nenhum eleitor”<sup>58</sup> (apud REUTERS, 2016, tradução nossa).

A potencialização das narrativas, afetos e efeitos meméticos assegura um empenho ainda maior dos usuários. A isso se acrescenta o engajamento em grau máximo dos perfis falsos e robôs, criados nomeadamente para uso nas máquinas de guerra híbrida. Em meados de 2016, estudo do Pew Research Center (2016) mostra que as postagens de Trump no *Facebook* são compartilhadas cinco vezes mais do que as de Clinton, recebem três vezes mais comentários e geram seis vezes mais reações, enquanto seus tuítes são retuitados perto de quatro vezes mais. Esse engajamento extremo reflete-se no funcionamento dos algoritmos. Normalmente estes selecionam para o usuário os conteúdos pelos quais ele denota maior interesse, mas procuram temperar essa oferta com alguma diversidade. O engajamento extremo, entretanto, deixa escassas opções: se o usuário se importa com um único tópico, não resta aos algoritmos senão fornecer-lhe basicamente aquilo. Além disso, se os adeptos de um candidato se engajam mais do que os de seus concorrentes, esse candidato é privilegiado pelos algoritmos. Guillaume Chaslot (2016), ex-funcionário do Google que passa a militar a favor da transparência dos algoritmos, apura que, na véspera das eleições, 80% dos vídeos recomendados no *YouTube*

57 “Great Meme War”.

58 “I could stand in the middle of Fifth Avenue and shoot somebody and I wouldn’t lose any voters”.

para quem pesquisa por Trump e Clinton são pró-Trump.

Embora a polarização seja uma tendência presente nas plataformas algorítmicas, sua radicalização pelas máquinas de guerra híbrida compromete o funcionamento normal dessas plataformas, alimentando rixas, tornando menos satisfatória a experiência de cada usuário e diminuindo a atratividade das mensagens publicitárias que sustentam o negócio. No limite, o que está em jogo é a sobrevivência das plataformas, premidas entre a Caríbdis de tensões montantes e a Cila de um aparato de controle que se arrisca a tornar-se alentado, caro e contraproducente.

### Considerações finais

Devido ao fato de que atualmente a guerra híbrida acontece numa proporção considerável nas plataformas algorítmicas, há várias expressões alternativas para referir-se a ela destacando tal vínculo: uso de plataformas como arma (*platform weaponization*), uso de mídias sociais como arma (*social media weaponization*), guerra de mídias sociais (*social media war*), guerra social (*social war*), narrativas como armas (*weaponized narratives*), guerra de narrativas (*narrative war*), guerra memética (*memetic war*).

Assim como nem toda guerra híbrida é centralizada por uma máquina de guerra, esta

nem sempre é uma máquina de guerra híbrida. Para qualificar-se como tal uma campanha eleitoral, por exemplo, não deve ter um eixo construtivo, mas basear-se na desestabilização, ou seja, depender de maneira fundamental de ingredientes como postura antissistema, agentes postiços, desinformação, narrativas simplificadoras e discurso de ódio e de medo. Se governança algorítmica e governança neoliberal têm afinidade entre si (CASTRO, 2016b), a inflexão recente do neoliberalismo, que acentua traços a este inerentes (autoritarismo, desigualdade, desestabilização) no bojo de um autêntico hiperneoliberalismo, encontra correspondência nas máquinas de guerra híbrida.

Abstraindo o componente ideológico e o tipo de guerra envolvido, podemos comparar a campanha de Trump em 2016, máquina de guerra híbrida que produz abalos em plataformas algorítmicas como o *Facebook*, à Ofensiva do Tet realizada por vietcongues e norte-vietnamitas em 1968, que desnuda a vulnerabilidade do aparato estatal sul-vietnamita escorado pelos Estados Unidos. É verdade que a ofensiva é contida e seus protagonistas recuam para a selva, ambiente mais propício a manobras de insurgência. De modo similar, campanhas eleitorais mais recentes, como a de Bolsonaro, têm preferido concentrar-se em redes menos suscetíveis ao controle, como o *WhatsApp*. Mas convém lembrar

que aquela ofensiva prenuncia a desistência e consequente derrota norte-americana na Guerra do Vietnã, anos depois. Analogamente, quiçá estejamos assistindo à crise de um certo modelo de plataformas algorítmicas universais ancoradas no *input* de conteúdos pelos usuários.

## Referências

- ADORNO, Theodor W. The psychological technique of Martin Luther Thomas' radio addresses. In: ADORNO, Theodor W. **Gesammelte Schriften**, Band 9: Soziologische Schriften II. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1975.
- ALBERTS, David S.; HAYES, Richard E. **Power to the edge**: command... control... in the information age. Washington (DC): Center for Advanced Concepts and Technology (ACT), 2003.
- ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-236, Spring 2017.
- ALLENBY, Brad; GARREAU, Joel. **Weaponized narrative**: the new battlespace. Tempe: Center on the Future of War, 2017.
- ALLIEZ, Éric; LAZZARATO, Maurizio. **Wars and capital**. Translation Ames Hodges. South Pasadena: Semiotext(e), 2018.
- ARQUILLA, John; RONFELDT, David. Cyberwar is coming! **Comparative Strategy**, v. 12, n. 2, p. 141-165, 1993.
- BARTLETT, Jamie. The digital guru who helped Donald Trump to presidency. **BBC News**, Aug. 13, 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/av/magazine-40852227/the-digital-guru-who-helped-donald-trump-to-the-presidency>>. Acesso em: 3 ago. 2019.
- BENKLER, Yochai; FARIS, Robert; ROBERTS, Hal. **Network propaganda**: manipulation, disinformation, and radicalization in American politics. New York: Oxford University Press, 2018.
- BERNERS-LEE, Tim. The web is under threat. Join us and fight for it. Mar. 12, 2018. Disponível em: <<https://webfoundation.org/2018/03/web-birthday-29/>>. Acesso em: 3 ago. 2019.
- BERNSTEIN, Joseph. Here's how Breitbart and Milo smuggled white nationalism into the mainstream. **BuzzFeed News**, Oct. 5, 2017. Disponível em: <<https://www.buzzfeednews.com/article/josephbernstein/heres-how-breitbart-and-milo-smuggled-white-nationalism>>. Acesso em: 3 ago. 2019.
- BLACK, Crofton; FIELDING-SMITH, Abigail. Fake news and false flags. **Bureau of Investigative Journalism**, Oct. 2, 2016.
- BOVET, Alexandre; MAKSE, Hernán A. Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. **Nature Communications**, v. 10, n. 7, p. 1-14, 2019.
- BOYD, John R. **A discourse on winning and losing**. Montgomery: Air University Press, 2018.
- BRADSHAW, Tim. Facebook's Arab Spring role "overplayed", says Zuckerberg. **Financial Times**, May 26, 2011.
- CADWALLADR, Carole; GRAHAM-HARRISON, Emma. Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge



Analytica in major data breach. **The Guardian**, Mar. 17, 2018.

CASTRO, Julio Cesar Lemes de. Das massas às redes: comunicação e mobilização política. In: JESUS, Eduardo; TRINDADE, Eneus; JANOTTI, Jeder; ROXO, Marcos (Org.).

**Reinvenção comunicacional da política:** modos de habitar e desabitar o século XXI. Salvador: EDUFBA/Brasília: Compós, 2016a. p. 149-166.

CASTRO, Julio Cesar Lemes de. Social networks as dispositives of neoliberal governmentality. **Journal of Media Critiques**, v. 2, n. 7, p. 85-102, 2016b.

CASTRO, Julio Cesar Lemes de. A flexibilização da notícia na era dos algoritmos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), 2017.

CASTRO, Julio Cesar Lemes de. Redes sociais como modelo de governança algorítmica. **Matrizes**, v. 12, n. 2, p. 165-191, maio/agosto de 2018.

CASTRO, Julio Cesar Lemes de. Plataformas algorítmicas: interpelação, perfilamento e performatividade. **Revista Famecos**, v. 26, n. 3, p. 1-24, setembro/dezembro de 2019.

CBS NEWS. Trump says his social media power key to victory. **CBS News**, Nov. 12, 2016. Disponível em: <<https://www.cbsnews.com/news/president-elect-trump-says-social-media-played-a-key-role-in-his-victory/>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

CHANNEL 4 NEWS. Cambridge Analytica uncovered: secret filming reveals election

tricks. **Channel 4 News**, Mar. 19, 2018.

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=mpbeOCKZFFQ>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

CHASLOT, Guillaume. YouTube's A.I. was divisive in the US presidential election. **Medium**, Nov. 27, 2016. Disponível em: <<https://medium.com/the-graph/youtubes-ai-is-neutral-towards-clicks-but-is-biased-towards-people-and-ideas-3a2f643dea9a>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

CHIVVIS, Christopher S. **Understanding Russian “hybrid warfare” and what can be done about it**. Santa Monica: RAND Corporation, 2017.

CLAUSEWITZ, Carl von. **On war**. Translation Michael Howard and Peter Paret. Princeton: Princeton University Press, 1984.

CONFESSORE, Nicholas; HAKIM, Danny. Data firm says ‘secret sauce’ aided Trump; many scoff. **The New York Times**, Mar. 6, 2017.

CULLEN, Patrick J.; REICHBORN-KJENNERUD, Erik. **Understanding hybrid warfare**. Brussels: Multinational Capability Development Campaign, 2017.

DAWKINS, Richard. **The selfish gene**. 30th anniv. ed. Oxford and New York: Oxford University Press, 2006.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix: **L’anti-Œdipe: capitalisme et schizophrénie**. nouv. éd. augm. Paris: Minuit, 1973.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mille plateaux: capitalisme et schizophrénie**. Paris: Minuit, 1980.

ERBSCHLOE, Michael. **Social media warfare: equal weapons for all**. Boca Raton: CRC Press, 2017.

FACEBOOK. **Form S-1 Registration Statement, Securities and Exchange Commission**. Feb. 1, 2012. Disponível em: <<https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1326801/000119312512034517/d287954ds1.htm>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

FAN, Rui; ZHAO, Jichang; CHEN, Yan; XU, Ke. Anger is more influential than joy: sentiment correlation in Weibo. **PLOS ONE**, v. 9, n. 10, p. 1-8, Oct. 2014.

FESSLER, Daniel M. T.; PISOR, Anne C.; HOLBROOK, Colin. Political orientation predicts credulity regarding putative hazards. **Psychological Science**, v. 28, n. 5, p. 651-660, May 2017.

FLYNN, Michael T. Speech before the Young Americans for Freedom. 2016. Disponível em: <<https://www.emptywheel.net/2018/03/30/michael-flynn-revolution/>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

FOUCAULT, Michel. **“Il faut défendre la société”**: cours au Collège de France, 1976. Paris: Gallimard/Seuil, 1997.

FOUCAULT, Michel. **Naissance de la biopolitique**: cours au Collège de France, 1978-1979. Paris: Gallimard/Seuil, 2004.

FOURNEY, Adam; RACZ, Miklos Z.; RANADE, Gireeja; MOBIUS, Markus; HORVITZ, Eric. Geographic and temporal trends in fake news consumption during the 2016 US presidential election. In: ACM CONFERENCE ON INFORMATION AND KNOWLEDGE MANAGEMENT (CIKM '17), 26., 2017,

Singapore. **Proceedings...** New York: ACM, 2017. p. 2071-2074.

FREUD, Sigmund. Massenpsychologie und Ich-Analyse. In: FREUD, Sigmund. **Gesammelte Werke**, dreizehnter Band: Jenseits des Lustprinzips / Massenpsychologie und Ich-Analyse / Das Ich und das Es. 5. Aufl. Frankfurt am Main: S. Fischer, 1967. p. 71-161.

GERASIMOV, Valery. The value of science in prediction. **Military-Industrial Kurier**, Feb. 27, 2013.

GIGLIO, Mike. Inside Egypt's Facebook revolt. **Newsweek**, Jan. 27, 2011.

HALPERN, Sue. How he used Facebook to win. **The New York Review of Books**, v. 44, n. 10, p. 59-61, Jun. 8, 2017.

HESS, Amanda. How Trump wins Twitter. **Slate**, Feb. 18, 2016.

HINDMAN, Matthew; BARASH, Vlad. **Disinformation, “fake news” and influence campaigns on Twitter**. Miami: Knight Foundation, 2018.

HOLMES, David. Whisper EIC: “It’s not important if a story’s real, the only thing that really matters is whether people click on it”. **Pando**, Jul. 31, 2014. Disponível em: <<https://pando.com/2014/07/31/whisper-eic-its-not-important-if-a-storys-real-the-only-thing-that-really-matters-is-whether-people-click-on-it/>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

HUNTER, James Davison. **Culture wars: the struggle to define America**. New York: Basic Books, 1991.

JOHNSON, Samuel. **The idler**. London: J. Newbery, 1761. (v. 1).

JOINT CHIEFS OF STAFF. Information operations. **Joint Publication** 3-13. Nov. 20, 2014. Disponível em: <[https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/pubs/jp3\\_13.pdf](https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/pubs/jp3_13.pdf)>. Acesso em: 3 ago. 2019.

KALDOR, Mary. **New and old wars**: organized violence in a global era. 3<sup>rd</sup> ed. Cambridge (UK) and Malden: Polity Press, 2012.

KANG, Cecilia; FRENKEL, Sheera. Facebook says Cambridge Analytica harvested data of up to 87 million users. **The New York Times**, Apr. 4, 2018.

KLEIN, Naomi. **The shock doctrine**: the rise of disaster capitalism. New York: Metropolitan, 2007.

KOLLANYI, Bence; HOWARD, Philip N.; WOOLLEY, Samuel C. Bots and automation over Twitter during the U.S. election. **Data Memo** 2016.4, Nov. 17, 2016.

KORYBKO, Andrew. **Hybrid wars**: the indirect adaptive approach to regime change. Moscow: Peoples' Friendship University of Russia, 2015.

KORYBKO, Andrew. The “yellow vests” are hybrid war blowback, not “Russian agents”. **Eurasia Future**, Dec. 10, 2018. Disponível em: <<https://eurasiafuture.com/2018/12/10/the-yellow-vests-are-hybrid-war-blowback-not-russian-agents/>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

KOZLOWSKA, Hanna. Facebook and Cambridge Analytica worked side by side at a Trump campaign office in San Antonio. **Quartz**, Mar. 20, 2018. Disponível em: <<https://qz.com/1233579/facebook-and-cambridge-analytica-worked-side-by-side-at-a-trump-campaign-office-in-san-antonio/>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

LACLAU, Ernesto. **On populist reason**. London and New York: Verso, 2005.

LIND, William S.; NIGHTENGALE, Keith; SCHMITT, John F.; SUTTON, Joseph W.; WILSON, Gary I. The changing face of war: into the fourth generation. **Marine Corps Gazette**, p. 22-26, Oct. 1989.

MAC, Ryan; WARZEL, Charlie. Congratulations, Mr. President: Zuckerberg secretly called Trump after the election. **BuzzFeed News**, Jul. 19, 2018. Disponível em: <<https://www.buzzfeednews.com/article/ryanmac/congratulations-zuckerberg-call-trump-election-2016>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

MBEMBE, Achille. **Necropolítica**, seguido de Sobre el gobierno privado indirecto. Traducción Elisabeth Falomir Archambault. Santa Cruz de Tenerife: Melusina, 2011.

MURRAY, Williamson; MANSOOR, Peter R. (Ed.). **Hybrid warfare**: fighting complex opponents from the ancient world to the present. Cambridge (UK) and New York: Cambridge University Press, 2012.

NISSEN, Thomas Elkjer. **#TheWeaponizationOfSocialMedia: @characteristics\_of\_contemporary\_conflicts**. Copenhagen: Royal Danish Defence College, 2015.

OXFORD DICTIONARIES. Word of the Year 2016 is... Nov. 2016. Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

PAUL, Christopher; MATTHEWS, Miriam. **The Russian “firehose of falsehood” propaganda model**. Santa Monica: RAND Corporation, 2016.

PEW RESEARCH CENTER. Election 2016: campaigns as a direct source of news. Jul. 18, 2016. Disponível em: <[https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2016/07/PJ\\_2016.07.18\\_election-2016\\_FINAL.pdf](https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2016/07/PJ_2016.07.18_election-2016_FINAL.pdf)>. Acesso em: 3 ago. 2019.

PROSSER, Michael B. **Memetics: a growth industry in US military operations**. 2006. Thesis (Master of Operational Studies) – School of Advanced Warfighting, Marine Corps University, Quantico, 2006.

REUTERS. Donald Trump: “I could shoot somebody and I wouldn’t lose any voters”. **The Guardian**, Jan. 24, 2016.

RID, Thomas; HECKER, Marc. **War 2.0: irregular warfare in the information age**. Westport and London: Praeger Security International, 2009.

ROSENBERG, Tina. Revolution U. **Foreign Policy**, Feb. 17, 2011.

SAAR, John. Air carrier war. **Life Magazine**, p. 26-31, Feb. 4, 1972.

SALINAS, Sara. Congress releases Mark Zuckerberg’s prepared testimony ahead of Wednesday’s hearing. **CNBC**, Apr. 10, 2018. Disponível em: <<https://www.cnb.com/2018/04/09/congress-released-mark-zuckerbergs-prepared-testimony-ahead-of-wednesdays-hearing.html>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

SCHRECKINGER, Ben. World war meme. **Politico Magazine**, Mar./Apr. 2017.

SHARP, Gene. **From dictatorship to democracy: a conceptual framework for liberation**. East Boston: Albert Einstein Institution, 2010.

SHARP, Gene. **How nonviolent struggle works**. East Boston: Albert Einstein Institution, 2013.

SILVERMAN, Craig. This analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news on Facebook. **BuzzFeed News**, Nov. 16, 2016. Disponível em: <<https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

SILVERMAN, Craig; ALEXANDER, Lawrence. How teens in the Balkans are duping Trump supporters with fake news. **BuzzFeed News**, Nov. 3, 2016. Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

SNOWDEN, Philip. Introduction. In: MOREL, E. D. **Truth and the war**. London: National Labour Press, 1916.

SOLON, Olivia. Facebook’s fake news: Mark Zuckerberg rejects “crazy idea” that it swayed voters. **The Guardian**, Nov. 11, 2016.

SUN-TZU. **The art of warfare**. Translation Roger T. Ames. New York: Ballantine Books, 1993.

VIRILIO, Paul; LOTRINGER, Sylvère. **Pure war: twenty-five years later**. Translation Mark Polizzotti. Los Angeles: Semiotext(e), 2008.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, Mar. 9, 2018.

WEBER, Thomas. **Gandhi as disciple and mentor**. Cambridge (UK) and New York: Cambridge University Press, 2004.

WEEDON, Jen; NULAND, William; STAMOS, Alex. Information operations and Facebook. Apr. 27, 2017. Disponível em: <<https://fbnewsroomus.files.wordpress.com/2017/04/facebook-and-information-operations-v1.pdf>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

WINTER, Charlie. **Media jihad**: the Islamic State's doctrine for information warfare. London: International Centre for the Study of Radicalisation and Political Violence, 2017.

YUHAS, Alan. How does Donald Trump lie? A fact checker's final guide. **The Guardian**, Nov. 7, 2016.

ZUCKERBERG, Mark. "I want to respond to President Trump's tweet..." Sep. 27, 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/zuck/posts/10104067130714241>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

ZUCKERBERG, Mark. A blueprint for content governance and enforcement. Nov. 15, 2018. Disponível em: <<https://www.facebook.com/notes/mark-zuckerberg/a-blueprint-for-content-governance-and-enforcement/10156443129621634/>>. Acesso em: 3 ago. 2019.

## Informações sobre o artigo

**Fontes de financiamento:** Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

**Considerações éticas:** Não se aplica.

**Declaração de conflito de interesses:** Não se aplica.

**Apresentação anterior:** uma versão anterior deste artigo foi apresentada no XXVIII Encontro Anual da Compós, Porto Alegre, 2019.

**Agradecimentos/Contribuições adicionais:** Não se aplica.



## Hybrid war machines on algorithmic platforms

### Abstract:

Hybrid warfare is taken here as a contemporary modality of political struggle based on permanent destabilization, and can appear as organized horizontally or commanded by a war machine. This article of theoretical reflection, supported by bibliographical research, proposes to analyze the status and performance of hybrid war machines on algorithmic platforms. Such machines are characterized by eccentricity with regard to the governance exercised by corporations on the platforms. They tend to reinforce the predisposition of algorithms toward disinformation, which contributes to asymmetric polarization. This polarization, in turn, involves a militant position.

### Keywords:

Hybrid warfare. War machines. Disinformation. Asymmetric polarization. Algorithmic platforms.

## Máquinas de guerra híbrida en plataformas algorítmicas

### Resumen:

Guerra híbrida se toma aquí como una modalidad contemporánea de lucha política basada en la desestabilización permanente, y puede presentarse como organizada horizontalmente o comandada desde una máquina de guerra. Este artículo de reflexión teórica, apoyado por investigación bibliográfica, propone analizar el estatuto y la actuación de las máquinas de guerra híbrida en plataformas algorítmicas. Estas máquinas se caracterizan por la excentricidad en relación a la gobernanza corporativa en las plataformas. Ellas tienden a reforzar la predisposición de los algoritmos a la desinformación, lo que contribuye a la polarización asimétrica. Esta, a su vez, implica un posicionamiento militante.

### Palabras clave:

Guerra híbrida. Máquinas de guerra. Desinformación. Polarización asimétrica. Plataformas algorítmicas.

## Julio Cesar Lemes de Castro

Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Pesquisador de pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba – Uniso, com bolsa PNPd/CAPES. Membro do Laboratório de Teoria Social, Filosofia e Psicanálise – Latesfip-USP.

Universidade de Sorocaba, Sorocaba, São Paulo, Brasil

E-mail: julio@jclcastro.com.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8961-2104>