



## GT 62. Novos conservadorismos, populismos e liberalismos: perspectivas etnográficas

### Coordenador(es):

Leticia Maria Costa da Nobrega Cesarino (UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina)

Piero de Camargo Leirner (UFSCAR - Universidade Federal de São Carlos)

A presente década tem sido marcada pela ascensão de lideranças políticas representando a chamada extrema ou nova direita, alt-right, entre outras denominações. É o caso de Donald Trump, nos Estados Unidos, e de Jair Bolsonaro, no Brasil. Esses atores têm realizado investidas no debate público, intensificando controvérsias e desafiando noções e categorias já canonizadas na epistemologia científica, política, social, filosófica e econômica, tais como “direitos” e “democracia”. Na literatura antropológica e de áreas afins, assim como na esfera pública mais ampla, esses processos têm sido abordados através das chaves analíticas dos “novos” conservadorismos, populismos e liberalismos, em autores como Jean e John Comaroff, Loic Wacquant, Wendy Brown, Melinda Cooper, Philip Mirowski, Ernesto Laclau, Chantal Mouffe, Judith Butler, Veena Das, Achille Mbembe, Bruno Latour, Nancy Fraser. O GT pretende oferecer um fórum para discussão de pesquisas antropológicas que vêm abordando essa constelação a partir de múltiplos ângulos, incluindo, mas não se limitando a: novas direitas, bolsonarismo, lavajatismo, cultura neoliberal, intervencionismo militar, terraplanismo, comunicação e mídias digitais, movimentos sociais, novas formas de ativismos, conservadorismo religioso, fake news e pós-verdade. Procuramos preferencialmente trabalhos de cunho etnográfico realizados no Brasil, ou em perspectiva comparada, mas consideraremos também pesquisas de outras ordens, e realizadas em outros países.

### **"Conquistar Corações e Mentes": Operações Psicológicas como forma de Governo de Populações**

**Autoria:** Vinícius Rodrigues Gonçalves (UERJ - Universidade do Estado do Rio de Janeiro)

Desde a Primeira Grande Guerra Mundial, com a criação nos Estados Unidos da América do Comitê on Public Information (CPI), o uso da propaganda como arma de guerra tem recebido crescentes investimentos. No caso estadunidense, dois momentos representam pontos de virada, e merecem ser destacados: 1) a Guerra do Vietnã (1955-1975), momento em que as Forças Armadas estadunidenses percebem que a supremacia militar não garante a vitória política; 2) e a Guerra do Golfo (1990-1991), que consagrou o assim chamado "Efeito CNN", com a transmissão ao vivo de embates no Iraque como definidora das possibilidades de ação das tropas da coalizão liderada pelos Estados Unidos da América. Diferentemente do contexto estadunidense, que desde 1948 proíbe a utilização de propaganda direcionada à sua própria população (Smith-Mundt Act), no Brasil não há normatização acerca das "Operações de Informação", o que permite o engajamento dos militares na tentativa de influenciar a opinião pública em prol de seus interesses. Assim, não apenas nas operações em território nacional (como as operações Arcanjo e São Francisco, respectivamente entre 2010 e 2012 no Alemão e na Penha, e entre 2014 e 2015 na Maré), como também nos períodos em que as tropas não estão sendo empregadas, os militares lançam mão de técnicas que combinam elementos principalmente da Psicologia e do Marketing, a fim de obter ganhos políticos. Exemplo desse segundo caso, foi o engajamento de diversos setores das Forças Armadas na campanha de Jair Messias Bolsonaro à Presidência da República. Principalmente a oficialidade do Exército Brasileiro - instituição de origem de Bolsonaro, historicamente protagonista de intervenções na política nacional -, participou ativamente da difusão de memes e outros produtos baseados em técnicas de Operações Psicológicas como o endemoniamento, o ataque pessoal, a polarização, dentre outros preconizados no Manual de Campanha C



45-4 (Operações Psicológicas). Uma vez ganha a eleição, esses produtos continuam a ser distribuídos nas redes sociais dos militares, e em diversos momentos constituem o cerne da comunicação empreendida pelo próprio Presidente, e também por seus filhos, tendo como alvos categorias de inimigos genericamente definidos (como o "marxismo cultural", a "ideologia de gênero", a "ditadura gayzista", dentre outros). É essa utilização política das técnicas militares de Opsico em larga escala, enquanto tecnologias de governo de populações, que esse artigo pretende analisar.



## Sobre a 32 RBA

Em 2020, a Reunião Brasileira de Antropologia vai ocorrer de modo remoto entre os dias 30 de outubro e 06 de novembro. O evento é realização da Associação Brasileira de Antropologia e da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), palco de muitas histórias de luta pela afirmação do caráter público e socialmente comprometido do conhecimento que produzimos. Estarão em discussão, na 32ª RBA, não apenas os diversos temas que constituem o verdadeiro tesouro investigativo que a antropologia brasileira forjou ao longo de várias décadas, mas também as graves questões colocadas pelo inquietante contexto social e político atual. Nele, vislumbram-se inúmeros desafios a direitos consagrados pela Constituição Brasileira e a valores éticos centrais à atuação das e dos antropólogos, especialmente o respeito às diferenças sociais, culturais e políticas, baseadas em etnia, raça, religião, classe, gênero, sexualidade, origem regional, nacionalidade, capacidades corporais etc. Hoje, mais que em qualquer outro momento histórico, os saberes antropológicos são veementemente instados a aprofundar a análise dos muitos problemas nacionais, entre os quais, a crescente desigualdade social, a real vulnerabilidade de grupos e populações e os elevados índices de violência no campo e nas cidades. Que a 32ª RBA possa trazer contribuição relevante ao país e à comunidade antropológica brasileira, em seu contínuo e árduo trabalho de refinar saberes insubmissos a todas as forças e poderes que ameaçam a diversidade humana e naturalizem as desigualdades sociais.

### Realização:



### Apoio:



### Organização: