

Marcas de guerra: estruturas simbólicas e gramática moral na construção da legitimidade cultural de empresas de defesa tecnológica

Djaine Damiaty¹
Washington Luis Ribeiro Cardoso Pires Jr.²
Universidade de Brasília – UnB
Faculdade de Comunicação – FAC

Palavra-chave: comunicação; defesa tecnológica; branding; imaginário; gramática moral;

Introdução

Como empresas dedicadas à vigilância, à inteligência e à produção de armamentos conseguem sustentar imagens associadas à inovação, à criatividade, à cultura pop e ao empreendedorismo? A pergunta torna-se especialmente relevante ao observarmos organizações como Palantir Technologies e Anduril Industries, cujos produtos, fundadores e marcas operam sob uma lógica simbólica distinta daquela tradicionalmente associada às instituições de guerra.

Embora atuem em setores diretamente vinculados ao poder coercitivo, essas empresas se apresentam publicamente como startups de tecnologia. Seus nomes, produtos e ambientes institucionais recorrem de modo sistemático à literatura fantástica, aos quadrinhos e à cultura pop. Palantir retira seu nome das pedras de visão de Tolkien; seu principal produto, Gotham, evoca a cidade do Batman; seus funcionários são chamados de hobbits e o lema interno "Save the Shire" circula como emblema organizacional. Anduril toma emprestada a espada de Aragorn em O Senhor dos Anéis e batiza seus produtos com nomes como Roadrunner, Ghost, Fury e Barracuda — instrumentos de violência organizada inscritos em universos narrativos ligados à aventura e ao heroísmo pop.

O fenômeno produz uma contradição apenas aparente. Organizações responsáveis por infraestruturas contemporâneas de vigilância e guerra apresentam-se como agentes de criatividade e liberdade. Alex Karp, CEO da Palantir, cultiva uma imagem excêntrica e intelectualizada, pouco compatível com o arquétipo clássico do

¹ Doutora em Ciências Sociais e Mestre em Comunicação Midiática pela UNESP. Professora na FAC-UNB e no IDP. Pesquisadora Associada à Cátedra UNESCO em Educação Aberta e Tecnologias para o Bem Comum - UnB. [Lattes: http://lattes.cnpq.br/7830313540165132](http://lattes.cnpq.br/7830313540165132) e-mail: djaine.damiaty@fac.unb.br

² Graduando em Comunicação Social pela FAC-UNB e-mail: wlpj90@gmail.com

executivo da defesa. Palmer Luckey, fundador da Anduril, constrói uma persona de autodidata despojado com visual informal e linguagem próxima da cultura gamer. Peter Thiel, investidor de ambas, articula um ecossistema que conecta defesa, inteligência artificial e biotecnologia, propagando narrativas de inovação radical e transformação civilizacional. Recentes ações — como a publicação de manifesto tecnocrático no perfil oficial da Palantir na rede X, a primeira rendição humana a robôs em uma guerra e os vazamentos que expõem a Dialog de Thiel como possível estrutura formadora de políticas públicas — reforçam que o fenômeno extrapola o campo do branding corporativo convencional.

Este trabalho propõe que a resposta a essas questões exige compreender a construção de estruturas simbólicas (DURAND, 1997) capazes de colonizar o imaginário social e alterar a gramática moral (HONNETH, 2003) que torna certas práticas intoleráveis ou aceitáveis. Para isso, articula o referencial de Durand e Augé (2006) à teoria do reconhecimento de Honneth e ao conceito de poder simbólico de Bourdieu (1989), tendo como pano de fundo crítico as análises de Baudrillard (1991), Deleuze e Guattari (1997; 2010) e Zuboff (2020) sobre a produção contemporânea de subjetividade e legitimidade. As seções do resumo foram estruturadas com a ajuda da IA Claude, assim como a revisão de partes específicas do texto.

1. A guerra do imaginário

Em *As estruturas antropológicas do imaginário*, Gilbert Durand (1997) propõe que o imaginário não é simples repositório de imagens, mas uma arquitetura simbólica que organiza a experiência humana segundo regimes de imagens articulados por afinidade e convergência. Essas estruturas não são arbitrárias: elas se organizam em constelações que mobilizam arquétipos profundamente enraizados na antropologia humana — o herói, a jornada, a queda e a redenção, a luta entre luz e trevas. O imaginário, nesse sentido, antecede e condiciona a percepção do real.

Marc Augé (2006) atualiza e radicaliza essa perspectiva ao argumentar que a contemporaneidade é marcada por uma guerra dos sonhos — uma disputa pelo controle das imagens, dos mitos e das ficções que organizam o imaginário coletivo. Nessa guerra, os grandes agentes não são apenas Estados ou igrejas, mas também corporações capazes de mobilizar a ficção como dispositivo de poder. A confusão entre o imaginário

individual (o sonho), o imaginário coletivo (os mitos e ritos) e a obra de ficção torna-se o campo estratégico dessa disputa.

É precisamente nesse campo que Palantir e Anduril operam. Ao mobilizar Tolkien, Batman, a mitologia clássica e a psicologia analítica junguiana como matéria-prima de suas identidades de marca, essas empresas não estão apenas fazendo escolhas estéticas — estão intervindo nas estruturas do imaginário. O nome Palantir ativa a constelação simbólica do artefato mágico que permite ver além, associando vigilância e inteligência de dados ao arquétipo da visão clarividente do mago. Anduril convoca a espada do rei legítimo, inscrevendo armamentos letais no imaginário do heroísmo e da defesa da comunidade. Os produtos recebem nomes como Ghost, Fury e Barracuda, que mobilizam constelações de potência, velocidade e perigo domesticado — força a serviço do bem.

Esse deslocamento não é apenas nominal. Na Palantir, funcionários são chamados de hobbits, edifícios recebem nomes da Terra-média e slogans como "Save the Shire" e "Silicon Valley Dropouts" produzem pertencimento por vias afetivas, não militares. A materialidade da guerra permanece, mas as estruturas simbólicas por meio das quais ela é percebida mudam de registro. Como argumenta Damiani (2017) em análise das capas das revistas *Superinteressante* e *Galileu*, esse tipo de operação — articular ciência, mercado e mídia em constelações simbólicas capazes de ressignificar a experiência — é característico de dispositivos contemporâneos de subjetivação que buscam reorganizar o horizonte dentro do qual o pensamento sobre o futuro se torna possível. Baudrillard (1991) permite situar o fenômeno no regime da hiperrealidade: marcas, instituições e organizações passam a operar como dispositivos autônomos de legitimação, capazes de produzir realidade social independentemente daquilo que efetivamente realizam.

2. Gramática moral e poder simbólico no complexo militar-tecnológico

Se a seção anterior descreveu o mecanismo — a colonização das estruturas do imaginário —, esta se ocupa do efeito: a alteração da gramática moral que torna a letalidade aceitável. Em *Luta por reconhecimento*, Axel Honneth (2003) argumenta que os conflitos sociais são motivados por demandas de reconhecimento que obedecem a uma estrutura normativa implícita e intersubjetiva: a gramática moral. Essa gramática

opera como pano de fundo que torna certas experiências intoleráveis e motiva a resistência. Alterá-la — tornar certas humilhações invisíveis ou certas violências naturais — é, portanto, uma forma de neutralizar a capacidade crítica dos sujeitos.

É exatamente isso que as estratégias de marca de Palantir e Anduril realizam. A guerra narrada como tecnologia, a vigilância como infraestrutura, o exercício do poder como disrupção — essas formulações não apenas descrevem o que as empresas fazem, mas reorganizam as categorias morais por meio das quais o que elas fazem é avaliado. O manifesto tecnocrático publicado pela Palantir na rede X é exemplar: ao enquadrar a tecnologia de defesa como condição de sobrevivência civilizacional do Ocidente liberal, converte a recusa moral ao armamento em irresponsabilidade ingênua. A Anduril, por sua vez, ao comparar seus engenheiros a uma "classe de guerreiros", reinscreve a produção de armas no imaginário do heroísmo cívico.

Pierre Bourdieu (1989) fornece a dimensão estrutural desse processo. O poder simbólico é aquele que se exerce com a cumplicidade de quem não sabe que a ele está sujeito — um poder quase mágico que obtém o equivalente daquilo que seria obtido pela força, mas por meio de formas de reconhecimento que parecem espontâneas. As marcas de Palantir e Anduril operam nessa lógica: ao produzirem identificação afetiva, comunidade de valores e senso de pertencimento, convertem uma estrutura impessoal de produção de força em figura social reconhecível e moralmente situada.

A figura do fundador é central nesse processo. Alex Karp e Palmer Luckey não ocupam apenas funções administrativas — condensam os valores, a missão e o horizonte moral de suas organizações. A excentricidade intelectual de Karp e o despojamento informal de Luckey funcionam como interfaces simbólicas que aproximam as empresas do Vale do Silício e as afastam do imaginário tradicional da indústria bélica. Peter Thiel, por sua vez, articula um ecossistema que conecta defesa, inteligência artificial e biotecnologia em uma mesma constelação estratégica, propagando através da Dialog — estrutura formadora de políticas públicas recentemente exposta por vazamentos — um projeto tecnocrático de reconfiguração da ordem democrática liberal. Nesse quadro, a análise de Zuboff (2020) sobre o capitalismo de vigilância é indispensável: o excedente comportamental extraído por esses sistemas não apenas antecipa ações futuras, mas reorganiza as condições sob as quais essas ações tendem a ocorrer — o que, no caso das empresas de defesa tecnológica, significa

também reorganizar as condições sob as quais sua própria legitimidade é produzida e mantida.

Considerações finais

As análises parciais aqui apresentadas permitem sustentar que Palantir Technologies e Anduril Industries não operam apenas no campo do branding corporativo convencional. Suas estratégias de construção identitária constituem uma forma inédita de poder simbólico (BOURDIEU, 1989) que articula colonização do imaginário (DURAND, 1997; AUGÉ, 2006) e alteração da gramática moral (HONNETH, 2003) como mecanismos complementares de produção de legitimidade cultural para o complexo militar-tecnológico.

Ao mobilizar constelações simbólicas profundamente enraizadas no imaginário coletivo — o herói tolkieniano, o cavaleiro justo, o gênio disruptivo — essas empresas travam uma guerra dos sonhos (AUGÉ, 2006) que transforma a percepção pública da letalidade, normalizando a presença de tecnologias de violência no cotidiano civil e neutralizando resistências morais que de outro modo se articulariam. A inocência, nesse regime, não opera como ocultação do exercício do poder, mas como elemento constitutivo da própria organização simbólica que permite sua inteligibilidade e aceitação pública.

As implicações desse modelo ultrapassam o universo das empresas de defesa. Com presença operacional confirmada em mais de 40 países e contratos ativos em órgãos públicos brasileiros de saúde e educação, Palantir e Anduril representam um caso privilegiado de um fenômeno mais amplo: a comunicação como condição de existência social de objetos cuja materialidade contradiz a forma como são percebidos. Compreender os mecanismos pelos quais essa contradição é administrada é tarefa urgente para a pesquisa em comunicação, especialmente num contexto em que as fronteiras entre tecnologia civil e militar, entre inovação e armamento, entre comunidade e vigilância, tornam-se crescentemente porosas.

Referências

- AUGÉ, Marc. A guerra dos sonhos: exercícios de etnoficção. Campinas: Papyrus, 2006.
- BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e simulação. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Tradução de Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

DAMIATI, Djaine. A invenção do indivíduo pós-humano: imaginação, competência e a expectativa de ser outro nas capas das revistas Superinteressante e Galileu. Brasília: Universidade de Brasília, 2017. Tese (Doutorado em Comunicação) — Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. O Anti-Édipo. São Paulo: Editora 34, 2010.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia. v. 5. São Paulo: Editora 34, 1997.

DURAND, Gilbert. As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral. Tradução de Hélder Godinho. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

HONNETH, Axel. Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais. Tradução de Luiz Repa. São Paulo: Editora 34, 2003.

KARP, Alex; ZAMISKA, Nicholas. The Technological Republic: Hard Power, Soft Belief, and the Future of the West. New York: Crown Currency, 2025.

ZUBOFF, Shoshana. A era do capitalismo de vigilância. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

ANDURIL INDUSTRIES. About. Costa Mesa, 2026. Disponível em: <https://www.anduril.com>. Acesso em: 21 jun. 2026.

PALANTIR TECHNOLOGIES. About. Denver, 2026. Disponível em: <https://www.palantir.com>. Acesso em: 21 jun. 2026.

FORBES BRASIL. Dialog: o que é a sociedade secreta de Peter Thiel e quem faz parte dela. São Paulo, 2026. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2026/06/dialog-o-que-e-a-sociedade-secreta-de-peter-thiel-e-quem-faz-parte-dela/>. Acesso em: 21 jun. 2026.