

# A construção de um herói no imaginário brasileiro: Sérgio Moro nas mídias digitais

Tarcis Prado Junior

*Doutorando do PPGCOM em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do grupo de pesquisa JORXXI da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Professor nos cursos de Comunicação da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP).*

Moises Cardoso

*Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens (UTP). Membro do grupo de pesquisa JORXXI da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Mestre em Desenvolvimento Regional (FURB), pós-graduado em Novas Mídias (FURB). Publicitário e jornalista, professor no curso de Publicidade e Propaganda (FURB e FAMEG).*

Franco Iacomini Júnior

*Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens (UTP). Membro do grupo de pesquisa JORXXI da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Jornalista e professor na Faculdade Fidelis.*

## Resumo

*O momento político vivenciado no Brasil nos anos de 2015 e 2016 se desenvolveu o processo de impeachment da presidenta eleita Dilma Vana Rousseff, páginas foram criadas no Facebook em apoio ao juiz Sergio Fernando Moro, que estava à frente da operação Lava Jato. As postagens compostas por textos, imagens e comentários, sugerem a elevação da figura do magistrado à condição de herói, segundo as metodologias de Campbell. Este artigo propõe reflexões sobre a construção do imaginário (Maffesoli e Silva) nas redes sociais digitais a partir da fan page “Juiz Sérgio Moro – o Brasil está com você” no Facebook, em que a condição de herói de Moro na web pode ser produto do imaginário “off-line”. Para o cumprimento do objetivo proposto, utilizou-se uma pesquisa qualitativa junto a postagens publicadas, selecionadas a partir da técnica não probabilística intencional. Os resultados apontaram que a figura do herói, na plataforma digital, é a mesma do imaginário fora dela. Porém, essa imagem é customizada e aperfeiçoada por meio dos recursos tecnológicos que os dispositivos midiáticos proporcionam.*

## Palavras-Chave

*Herói; Sérgio Moro; Mídias Digitais; Imaginário.*

## Abstract

*The political moment lived in Brazil in the years 2015 and 2016 developed the impeachment of the elected President Dilma Vana Rousseff, pages were created on Facebook in support of Judge Sergio Moro, who was ahead of the operation Lava jet. Posts consist of text, images and comments suggest raising the figure of the magistrate to hero status, according to the methodologies of Campbell. This article proposes reflections on the construction of the imaginary (Maffesoli and Silva) in digital social networks from the fan page "Judge Sergio Moro - Brazil is with you" on Facebook, where the Moro hero status on the web can be product the imaginary "offline". For the fulfillment of the proposed objective, we used a qualitative survey of published posts, selected from unintentional probabilistic technique. The results showed that the figure of the hero, the digital platform is the same imaginary outside. But this image is customized and enhanced through technological resources that provide media devices.*

## Keywords

*Hero; Sergio Moro; Digital Media; Imaginarium.*

# 1. Introdução

“República de Curitiba<sup>1</sup>, aqui se cumpre a lei”. Com essa inscrição, adesivos em carros e diversas camisetas cobrem o peito de pessoas que parecem orgulhosas por ostentar uma convicção de que estão contribuindo para a moralização de um país ou a legitimação de uma força capaz de acabar com a corrupção e outros males da nação. Para melhor entendimento da expressão inicial, vale ressaltar que em 1954, uma polêmica investigação comandada pela Aeronáutica para apurar o atentado contra o jornalista Carlos Lacerda, principal opositor do então presidente Getúlio Vargas, ganhou o nome de “República do Galeão”, uma vez que os suspeitos eram interrogados na Base Aérea do Galeão, no Rio de Janeiro (POMPEO, 2016). Neste sentido, a expressão “República de Curitiba” seria uma referência a esse episódio histórico.

Em passeatas, mobilizações e atos públicos bandeiras, faixas, balões e toda uma indumentária mostram a indignação de uma parcela da população brasileira com a presidente *Dilma Rousseff*, apontada por muitos como a vilã do momento político em que o país se encontra nos anos de 2015 e 2016. Os desdobramentos políticos tiveram seu ápice em 31 de agosto de 2016, em que o Senado Federal aprovou o pedido de impeachment, com 61 votos favoráveis e 20 contrários, e afastou decisivamente a presidente do seu cargo.

Em meio a um ambiente de certa animosidade, uma personalidade vem sendo apontada como uma espécie de “justiceiro” *tupiniquim*. Trata-se do juiz federal *Sérgio Fernando Moro*, titular da 13ª vara da Justiça Federal em Curitiba/PR. Nas manifestações a favor do *impeachment* da presidente *Dilma*, o magistrado é sempre referido pelos manifestantes como “aquele que pode proteger o povo de todo o mal”. Um adesivo que circula nos carros da capital paranaense inclusive vem com a inscrição: “*Livrai-nos do mal*” com a foto do juiz ao lado.

Como vivemos em tempos de redes sociais digitais, diversas dessas manifestações de apoio ao juiz *Moro* têm acontecido no *Twitter*, *Instagram* e nas páginas do *Facebook* por meio de postagens de fotos e comentários sobre o assunto. Para esse estudo foram escolhidas cinco postagens da página do *Facebook* “*Juiz Sérgio Moro – o Brasil está com você*”<sup>2</sup> como objeto empírico. Procurou-se nesse trabalho responder à seguinte questão: a representação do herói na sociedade (ambiente “*off-line*”) seria a mesma nas postagens nas redes sociais (*online*), considerando o imaginário como base para essa representação? E, sendo assim, o aparato, per se, faria alguma diferença? O que se defende neste estudo é que o conteúdo da *web* é também produto de um imaginário forjado ou desenvolvido fora dela e não algo por ela determinado – a única diferença é que o dispositivo (aparato), com seus recursos tecnológicos, incluindo a possibilidade de maior participação e interação poderia customizar (e potencializar) a representação desse herói.

Ao analisar os estudos realizados a respeito da “construção de um herói” é possível identificar mais de setecentos e cinquenta e seis artigos científicos publicados em revistas indexadas no portal de Periódicos da Capes, o que consolida a validade da investigação desenvolvida. Destacam-se os trabalhos de Anderson (2012); Boudreau (2011); Campbell (2007); Gonçalves (2012); Labre e Duke (2004); entre outros. Este estudo está organizado nas seguintes seções, Introdução, Marco Teórico, Metodologia, Apresentação e Discussão dos Resultados e Considerações Finais.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/republica-de-curitiba-o-que-acontece-aqui-que-assusta-lula-4hvf9xabokbshoid515mzqawq>>. Acessado em: 05/09/2016.

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/juizsergiomorobrasil>>. Acessado em: 05/09/2016.

## 2. Marco Teórico

Os aspectos do herói são representados nos rituais de passagem: separação – iniciação - retorno (CAMPBELL, 2007, p. 36). Seu objetivo é mostrar como a figura do herói está presente no nosso imaginário e o juiz *Sergio Moro* é tão somente aquele que momentaneamente ocupa esse lugar. Inicialmente é importante destacar que a terminologia ‘imaginário’, presente no artigo está ancorada em Maffesoli que a descreve como “o estado de espírito de um grupo, de um país, de um Estado nação, de uma comunidade, etc. O imaginário estabelece vínculo. É cimento social” (MAFFESOLI, 2001 p. 76). Em *A aventura do herói* mostramos o percurso do herói em Campbell (2007) – especialmente fazendo um recorte da partida – refletindo, ao final como isso se manifesta na nossa sociedade denominada “pós-moderna” (BAUMAN, 1998).

O herói tem o seu périplo e nesse caminho enfrenta muitas dificuldades, lutas e volta então com o dever cumprido, satisfazendo assim aos anseios da sua pátria, “[...] se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; [...] obtêm uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes” (CAMPBELL, 2007, p. 36).

A mitologia greco-romana mostra alguns exemplos desse percurso do herói. *Prometeu* roubou o fogo dos deuses e voltou à terra; *Jasão* navegou pelo mar, derrotou um dragão que guardava o *Velocino de Ouro* e retornou com ele para recuperar o trono; *Eneias* foi ao inferno, venceu *Cérbelo* (o cão de guarda de três cabeças), encontrou o espírito de seu pai, voltou passando pelo portão de marfim ao seu trabalho no mundo (CAMPBELL, 2007). Todos esses personagens percorreram um caminho para obter o “status de heroísmo” que hoje gozam na cultura e história universais. O herói começa sua aventura então com a partida e esse momento (CAMPBELL, 2007) é feito primeiramente com um chamado que “pequeno ou grande [...] sempre descerra as cortinas de um mistério de transfiguração [...] que, quando completo, equivale a uma morte seguida de um nascimento” (CAMPBELL, 2007, p. 61).

Esse chamado é feito por um arauto, ou agente que anuncia a aventura (CAMPBELL, 2007, p. 62). Na história uma princesa que perde sua bola dourada ao brincar próximo a um rio na floresta. Entre uma jogada e outra da bola para cima, a menina deixa o objeto cair e ir parar nas profundezas de um rio. De repente aparece um sapo que diz que pode buscar a bola caso a menina lhe promettesse sua convivência no palácio. Sendo assim ele pega a bola e a entrega para a garotinha, mas ela não cumpre sua promessa, deixando o sapo “a ver navios”. Nessa fábula a aventura do herói pode começar com um erro. Só por causa desse erro então que o sapo (um ser extraordinário) aparece: “Eis um exemplo de um modo pelos quais a aventura pode começar. Um erro [...] revela um mundo insuspeito e o indivíduo entra numa relação com forças que não são plenamente compreendidas” (CAMPBELL, 2007, p. 60).

A aventura começa e o herói já não pode mais recusar sua missão “e então, uma série de indicações de força crescente se tornará visível até que [...] a convocação já não possa ser recusada” (CAMPBELL, 2007, p. 64). Para ilustrar esse aspecto da aventura Campbell conta a saga do jovem *Gautama Sakyamuni* (o futuro *Buda*) cujo pai o criou protegido do conhecimento sobre o envelhecimento, a doença, a morte e a vida monástica, para que o jovem não renunciasse à vida comum (pois quando do seu nascimento haviam profetizado que ele seria o imperador do mundo, ou *Buda*). Nessa história, quando chega o momento da revelação, os deuses vão apresentando ao jovem futuro *Buda* as faces da velhice (sob a forma de um ancião que ele encontra no caminho), da dor (sob o aspecto de um enfermo) e do autoexílio do mundo (um monge).

Nos dois primeiros encontros o jovem se entristece e no último ele deseja aquele modelo (vida monástica) como caminho (para desespero de seu pai). “A aventura então pode

começar como um mero erro, [...] ou [...] simplesmente caminhando a esmo, quando algum fenômeno passageiro atrai seu olhar errante e leva o herói para longe” (CAMPBELL, 2007, p. 66).

No entanto essa aventura pode ser recusada. A recusa a essa convocação (CAMPBELL, 2007) é a contraparte negativa dessa caminhada. “Aprisionado pelo tédio, pelo trabalho duro ou pela ‘cultura’ o sujeito perde o poder da ação afirmativa dotada de significado e se transforma numa vítima a ser salva” (CAMPBELL, 2007, p. 66-67). Nos mitos e contos de fada mundo afora a recusa é “essencialmente uma recusa a renunciar àquilo que a pessoa considera interesse próprio” (CAMPBELL, 2007, p. 67). Mas nem todos, os que hesitam se perdem “[...] se a personalidade for capaz de absorver e integrar as novas forças experimentará um grau quase sobre-humano de autoconsciência e de autocontrole superiores” (CAMPBELL, 2007, p. 70-71).

O auxílio sobrenatural é o que vai ao socorro do herói. Então, “para aqueles que não recusaram o chamado, o primeiro encontro da jornada o herói se dá com uma figura protetora” (CAMPBELL, 2007, p. 74). Essa figura então fornece materiais (amuletos e outros) que vão ajudar o herói na sua jornada rumo ao seu objetivo. Na história da *Mulher-Aranha*, contada pelos índios americanos, uma pequena senhora (com aparência de avó) que vive debaixo da terra, ajuda os deuses gêmeos da Guerra dos *Navajos* quando estes cruzam seu caminho. A ajuda consiste em mostrar o caminho para que eles cheguem ao seu pai, o *Sol*. Mas ela os adverte que a estrada é longa e perigosa (repleta de monstros).

Esse papel da anciã e fada-madrinha aparece nos contos de fadas europeus. Já no cristianismo (especialmente o católico romano), esse papel é feito pela Virgem Maria. Essas figuras representam então “o poder benigno e protetor do destino” (CAMPBELL, 2007, p. 76).

Nesse percurso, pode acontecer de o herói ter seus anseios pareados com os da sociedade que o enviou. No início da sua campanha russa, *Napoleão* afirmou: “Senti-me levado na direção de um objetivo que eu desconhecia. Assim que o alcançasse, assim que eu me tornasse desnecessário, bastaria um átomo para me derrotar” (CAMPBELL, 2007, p. 77).

Se o herói em Campbell (2007) tem o seu percurso de aventura trilhado, mapeado e definido, na pós-modernidade essa figura pode correr o risco de estar como o turista de Bauman (1998). O herói tem um objetivo, nele se esmera e vai, em seu caminho sofrendo as intempéries de clima e situações diversas e contando, claro, com o auxílio sobrenatural (CAMPBELL, p. 74). Já o turista tem a peculiaridade de “estar em movimento, não chegar” (BAUMAN, 1998, p. 114). Nesse sentido, no mundo pós-moderno então, como se estabeleceria o caminho da aventura do herói? Num mundo em que “o eixo da estratégia de vida pós-moderna não é fazer a identidade deter-se – mas evitar que se fixe” (BAUMAN, 1998, p. 114) como então eleger espécies de “heróis líquidos”, posto que podem não se fixar?

O imaginário pode desencadear em duas ocorrências: reservatório e motor. Reservatório, porque contém imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real que realizam o imaginado, leitura da vida. É a sedimentação de um modo de ver, de ser, de agir, de sentir, e de aspirar ao estar no mundo (SILVA, 2012). “O imaginário é uma distorção involuntária do vivido que se cristaliza como marca individual ou grupal” (SILVA, 2012, p. 12). E ele é também motor porque faz acontecer, funciona como um catalisador, estimulador e estruturador dos limites das práticas. O imaginário é a marca digital simbólica do indivíduo ou do grupo na matéria do vivido. Ou seja: como reservatório, é a impressão digital do ser no mundo e, como motor, é o acelerador que proporciona a ação. Dessa forma, “o homem age (concretiza) porque está mergulhado em correntes imaginárias que o empurram contra ou a favor dos ventos” (SILVA, 2012, p. 12).

Em situações de crise, desamparo, opressão ou algum sentimento de frustração, é esse

reservatório que vai forjar o surgimento do herói. As imagens, e principalmente a percepção da vida cotidiana é que vão subsidiar a criação de tipos (e arquétipos). A partir de então, imprime-se velocidade para a concretização dessas personas. É o imaginário do herói sendo construído. E isso acontece no nível coletivo. O grupo é um indivíduo de múltiplas cabeças (SILVA, 2012) e o imaginário é determinado pela ideia de fazer parte de algo, então se partilha diversas coisas como filosofia de vida, linguagem e atmosfera entre o “racional e o não racional” (MAFFESOLI, 2001, p. 80).

No imaginário, a cópia estimula um imaginário em que “a perda transforma-se em ganho, o desencantamento, em encantamento, a banalização, em reinvestimento na origem” (SILVA, 2012, p. 65). Nesse caso, não há contradição entre o original e a cópia, pois se cultua um (original) através do outro (cópia). Na passagem das imagens do herói Moro de outros dispositivos (cartazes, faixas, por exemplo) para a *web*, o que acontece é a imagem desse herói transformada em “eterno presente”, pelos recursos da técnica (mas não por causa dela).

O imaginário é uma usina de mitos, então as tecnologias que o engendram (SILVA, 2012) são fábricas de mitologias, com seus discursos e fábulas que informam o “trajeto antropológico” de cada um em que “a incessante troca que existe no nível do imaginário entre as pulsões subjetivas e assimiladoras e as intimações objetivas emanando do meio cósmico e social” (SILVA, 2012, p. 11). As tecnologias que proporcionam a materialização da criação do herói, bem como seu desenvolvimento, podem ser desde a escrita na pedra, até a *web* dos séculos XX e XXI. Na rede digital acontece a “alquimia das multidões” (PISANI e PIOTET, 2010), um “lugar de sabedoria ou inteligência, permite perceber que, juntando um grande número de pessoas e consultando-as, é possível, eventualmente criar o ouro, mas nem sempre” (PISANI e PIOTET, 2010, p. 172). Neste cenário, estaria o ambiente propício para o desenvolvimento, a manipulação e a potencialização da representação do herói? O herói *Moro* na Internet não seria fruto disso?

### 3. Metodologia

Nesta seção apresentamos os procedimentos metodológicos, população e amostra, seguida do instrumento de coleta de dados, utilizados para a realização da investigação. No que diz respeito à natureza, classifica-se o trabalho como pesquisa básica, exploratória, pois visa proporcionar maior familiaridade com o problema; qualitativa quanto à forma de abordagem e descritiva quanto aos objetivos. Em relação aos procedimentos técnicos foi utilizada pesquisa bibliográfica acerca dos temas: Jornada do Herói e Imaginário do Herói.

O estudo da página na rede social *Facebook*, “*Juiz Sérgio Moro – o Brasil está com você*”, é classificado como um procedimento técnico de estudo de caso, orientado por avaliações qualitativas. Selecionou-se a *fan page* em questão por se tratar de um assunto recente e em ascendência nas discussões políticas presentes nos principais jornais do país, o qual agrega de forma positiva as diversas áreas de estudo da comunicação, hábitos e comportamentos nas mídias sociais.

O estudo qualitativo foi realizado tomando como base as cinco postagens na *fan page* investigada, considerando-os a população da pesquisa. O tipo de amostra selecionada foi o não probabilístico intencional, que é uma amostra intencional (MATTAR, 2000). A população foi escolhida, neste caso as publicações da página, com o critério de maior interatividade: compartilhamento, *likes* e comentários; gerando grande repercussão midiática na plataforma.

É necessário destacar que nessa pesquisa não foram analisados os comentários das postagens, nem os *reactions* que são representações de sentimento através de um *emoji*. Uma alternativa que o *Facebook* passou a oferecer além do tradicional botão de “Curti (*like*)”, as

reações disponíveis são: *Amei*, *Haha* (risos), *Uau* (espanto), Triste e *Grr* (raiva). Esse conjunto de representação necessitaria de um construto específico que contemplasse sua utilização, o que não é a proposta desse estudo.

#### 4. Apresentação e Discussão dos Resultados

Michel Maffesoli (2011) discorre que o Brasil é um laboratório da pós-modernidade e que, de certa forma, ela nasceu no país. Isso se devia ao fato do país carnavalizar diferentes elementos. Um dos exemplos disso seria o Barroco (primeira mistura artística brasileira): os anjinhos mulatos, barrigudos, sensuais, eróticos e obscenos seriam profundamente pós-moderno. Nesse sentido, a tentação de pensar a figura do herói brasileiro, e como ela surge, constrói e se reconstrói por meio da mistura, da mixórdia e até mesmo do burlesco não é pequena. Pode-se pensar também na figura do anti-herói, no herói sem caráter, no personagem “Macunaíma” de Mario de Andrade. O herói *Moro* seria produto disso então? Ou ficaria isento desse “mal”?

As tecnologias do imaginário estabelecem “laço social” e é o principal mecanismo de produção simbólica (SILVA, 2012). Esse laço serve de cimento à vida em sociedade. Porém, este só se atualiza pela força de valores partilhados em comum. Nesse sentido pode-se pensar também na cultura, embora esta seja mais ampla que o imaginário (SILVA, 2012). A “cultura e imaginário coabitam, justapõem-se e coexistem” (SILVA, 2012, p. 18) e aqui se aproximam do imaginário enquanto significados comuns, o produto de todo um povo, que se constituem na vida, feitos e refeitos (WILLIAMS, 1958, p. 5). Sendo assim, como não pensar também no herói *Moro*, no *Facebook* ou fora dele, como resultado de significados comuns, expressos na e pela cultura e especialmente de “um estado de espírito, transfigurador”? (MAFFESOLI, 2011, p. 75).

As tecnologias do imaginário são, portanto, dispositivos de visões de mundo, de produção de mitos, porém jamais imposições. Na “sociedade do espetáculo” (Debord) onde tudo é mediado por tecnologias de contato, as tecnologias do imaginário buscam mais do que a informação: trabalham pela povoação do universo mental com sendo um território de sensações fundamentais (SILVA, 2012). Atmosfera propícia para a aura.

O que dizer do herói *Moro* como *Superman* (Figura 1)? Quem perdeu a aura, aquela “figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja” (BENJAMIN, 1985, p. 170), o herói dos quadrinhos ou o herói dos tribunais? Na aura, Benjamin justapõe tradição e autenticidade. A perda da aura implica o desaparecimento da “autoridade da coisa”. O imaginário, porém, é uma aura em mutação (SILVA, 2012). A mutação aconteceu no herói *Moro* transposto para o *Facebook*? As cores da bandeira do Brasil mancharam a aura do *Superman Moro*?



Figura 1 – Postagem “Super Moro”.

Fonte: Fan page “Juiz Sergio Moro – o Brasil está com você”, 2016.

O herói *Moro* vem das ruas para a *web* e nesse trajeto o imaginário (o reservatório) do herói vêm à tona na (re)criação do mito no ambiente digital, já que *Moro* já vinha tendo seu “status heroico” desde 2014 quando a *Lava Jato* estava prestes a completar um ano. A fama de Sérgio Moro já tinha se espalhado pelo Brasil (NETTO, 2016) e o juiz ganhou o prêmio de Personalidade do Ano, “entrando para um seletivo grupo de outros ganhadores, incluindo Zilda Arns, José Mindlin, Sebastião Salgado e Joaquim Barbosa” (NETTO, 2016, p. 169). Mais tarde figuraria entre as personalidades mais influentes do mundo, segundo a revista *Times*. Nessa mesma toada, quando o colunista *Ancelmo Gois*, viu surgir a foto de *Moro* no telão da cerimônia de premiação de *O Globo*, profetizou: “Guardem este nome: Sergio Fernando Moro. Sim, é ele quem tem uma posição de destaque na busca deste sonho coletivo: um país onde todos sejam iguais” (NETTO, 2016, p. 170). Pergunta: seria *Ancelmo Gois* uma espécie de arauto (CAMPBELL, 2007, p. 62) que chama o herói *Moro* para a aventura? A aventura do herói teria ali seu início? Estaria o precoce herói *Moro* já imbuído de certa aura? A reprodução da imagem de *Moro*, replicada cada vez mais em cartazes nas ruas e (ao mesmo tempo) na *web*, não “retiraria o objeto do seu invólucro” (BENJAMIN, 1985, p. 170)?



Figura 2 – Postagem “Liga da justiça”.  
 Fonte: Fan page “Juiz Sergio Moro – o Brasil está com você”, 2016.

Bem, “a pós-modernidade reinventa a aura pela reprodução total e viral da imagem” (SILVA, p. 17). Na postagem da figura 2 então, temos uma aura pós-moderna. O *Superman* dos quadrinhos se transformou pela cultura dos criadores da internet (CASTELLS, 2003, p. 34), no herói brasileiro de uma outra “Liga da Justiça” (Figura 2)? Ou se poderia dizer que isso é coisa exclusiva da *web*? Ou então que “os caras da internet” fazem dessas? Que a internet por se realiza essa mutação? Bem, o que poderia se pensar é que a cultura baliza a própria rede (PISANI e PIOTET, 2010), mas não é possível determinar como sendo a mesma, pois ela é construída e reconstruída nas relações que dela e em torno dela se estabelecem, como as comunidades virtuais. Ora, “se começamos a acreditar que a própria internet é uma entidade que tem algo para dizer, nós desvalorizamos esses outros e os reduzimos a um nível de idiotas” (PISANI, 2010, p. 164-165).

Na pós-modernidade, a interação substitui a participação e é também a sinergia do arcaico com a tecnologia de ponta (SILVA, 2012). As tecnologias do imaginário dominam os sujeitos pela adesão, pelo consentimento, por meio da sedução. Que artifícios de sedução teriam sido vítimas então aqueles que postaram a figura do *Superman Moro* (Figura 1), da Liga da Justiça (Figura 2) do antes e depois “da justiça de Moro” (Figura 3) e do “convocatória da luta” (Figura 4)? O imaginário do herói que salva o mundo, que detém todos os poderes, um semideus, representado na figura do *Superman* (Figura 1) aparece no herói *Moro* “travestido de Brasil”, com as características do povo, já emulado, pronto para consumo na rede. Já o que seduz na “Liga da Justiça” (Figura 2) é o herói que tem uma equipe, que está no centro, que dele partem as ordens, ou que a partir dele elas fazem sentido num certo lugar, num outro palco, numa outra república. É o herói que estaria a postos, vigilante, pronto para “o chamado da aventura” (CAMPBELL, 2007, p. 66).

A sedução, recurso do imaginário, parece ter contagiado até os religiosos na transposição do a.C / d.C (antes de Cristo/ depois de Cristo), para o a.M (justiça antes de Moro) / d.M (justiça depois de Moro) em que a figura do magistrado é colocada como a própria balança (figura 4) que mostra que a justiça antes dele era mais fraca e considerada uma bagunça (“cartaz” na mão esquerda – de propósito “à esquerda”?) e depois (“cartaz” na

mão direita – “à direita!”) mais forte (leia-se: justa). E o que dizer da convocação para a luta, junto com o herói (figura 5)? Impossível não associar ao chamado de um ex-presidente brasileiro (“Minha gente, não me deixem só!”<sup>3</sup>). Nesta mesma postagem o texto que acompanha a imagem pede para que os leitores (internautas) adiram à campanha do herói. Ele “arriscou tudo (a carreira, a vida), abdicou do conforto e da tranquilidade”, então todos precisam ajudá-lo na luta, já que esse herói pode retornar e precisa “sobreviver ao impacto” (CAMPBELL, 2007, p. 220) dessa volta (e nesse momento então, todos precisam estar com ele), já que não se sabe se o herói *Moro* vai recusar o retorno pretendendo fixar residência eterna na “bendita ilha da sempre jovem Deusa do Ser Imortal” (CAMPBELL, 2007, p. 195).



Figura 3 – Postagem “Justiça antes e depois de Moro”.  
 Fonte: Fan page “Juiz Sergio Moro – o Brasil está com você”, 2016.

Nas tecnologias do imaginário a internet é pós-moderna (SILVA, 2012, p. 68), pois é pós-industrial (tecnologia de ponta a serviço do imaterial) mais o arcaico (retorno à participação, à diversidade, ao contato interpessoal). Nesse sentido, a imagem do herói *Moro* sendo a própria Justiça (Figura 3), a instituição, promove um encontro do litúrgico (a justiça, o juiz, o formalismo, o decoro) com o profano (o sexo – na figura da mulher insinuante no cartaz que o juiz segura com a mão esquerda). Note-se que nesse mesmo cartaz, a mulher seminua segura com sua mão direita uma balança da justiça em que está uma camisa do PT (Partido dos Trabalhadores), agremiação política que tem muitos de seus componentes investigados pelo juiz Moro na Lava Jato. É a diversidade, o carnaval numa mesma imagem, é o resultado das “pulsões subjetivas” e das “intimações objetivas” (SILVA, 2012, p. 62).

O herói *Moro* nesta imagem remete à deusa da Justiça, e é possível que tal imagem não seja corrompida (a *web* sozinha não poderia ter feito) afinal, “o capital simbólico do original só aumenta com a multiplicação de sua imagem” (SILVA, 2012, p. 64). A imagem de convocatória para a luta (figura 5) também faz jus a conexão da tecnologia com o arcaico.

<sup>3</sup> Frase do ex-presidente Fernando Collor de Melo em pronunciamento de defesa de seu mandato quando do processo de *impeachment* (OGLOBO, 1992). Disponível em: <<http://acervo.oglobo.globo.com/frases/nao-me-deixem-so-eu-preciso-de-voces-9447457>>. Acesso em: 31/07/2016.



Figura 4 – “Convocatória da luta”.

Fonte: Fan page “Juiz Sergio Moro – o Brasil está com você”, 2016.

Desconhecendo a inspiração de quem a criou, é possível associar essa imagem a uma outra famosa: a que convoca o povo paulista à luta, na época da Revolução Constitucionalista de 1932 (Figura 5). Revolução que aconteceu em 1932, liderada pelo estado de São Paulo e que exigia do governo Vargas uma nova constituição para o país.



Figura 5 – Revolução Paulista.

Fonte: Amaral, 2013.

Ambas sugerem que o cidadão (no caso de Moro, o internauta) reaja e participe da

caminhada, da aventura do herói (CAMPBELL, 2007). A imagem da postagem então (Figura 4) revisita anos depois, o apelo à luta. É o imaginário atuando, transbordando o racional, fazendo-se de assimilação e de coerção, de antropofagia e de novos cozimentos “[...] o imaginário é deformação” (SILVA, 2012, p. 72).

## 5. Considerações finais

A *Internet*, com seu ambiente propício para a participação e interação proporciona que seus usuários colaborem com seu repertório (história, experiências, sentimentos) a partir do imaginário. Dessa forma, o herói *Moro* na *web* é produto do imaginário coletivo, que se traduz no plano individual daqueles que compartilham digitalmente suas versões da realidade. Não se pode pensar que a tecnologia (o aparato) realiza esse trabalho sozinha. Essas reflexões tensionadas à luz de diferentes autores aqui abordados permitiram a execução da análise que permeia este estudo e a realização dos objetivos apresentados inicialmente.

O herói *Moro* na *web* é produto, fruto de um imaginário em todos os aspectos da vida (subjetiva e objetiva) e a expressão disso se dá, no século XXI com as tecnologias que a sociedade dispõe, dentre elas, a *web*, com seus sites de redes sociais. O herói na *web* então seria aquele customizado, aperfeiçoado e moldado pelos usuários, numa grande colaboração, numa perfeita “alquimia das multidões” (PISANI e PIOTET, 2010).

Dessa forma, o conteúdo da *web* é também produto de um imaginário fora dela e não algo por ela determinado – a única diferença é que o dispositivo, com seus recursos tecnológicos, incluindo a possibilidade de maior participação e interação pode customizar a representação de diversos textos e imagens, inclusive a do herói.

Como proposta para estudos posteriores indica-se a ampliação quanto o número de postagens averiguadas e o cruzamento de dados com outras páginas do *Facebook* que abordem a mesma temática. Dessa forma, estabelecendo paralelos entre elas e vertebrando suas argumentações, já que o conteúdo abordado encontra-se em constante evolução e poderá ser aproveitado de forma diferenciada agregando uma nova complexidade ao tema abordado.

## Referências

- AMARAL, V. A. Almanaque Urupês. 2013. Disponível em: <<http://www.almanaqueurupes.com.br/portal/textos/uma-guerra-que-foi-varias/>>. Acesso em: 05/09/2016.
- ANDERSON, E. **The Construction of Āmānisā Khan as a Uyghur Musical Culture Hero.** *Asian Music*, v. 43, n. 1, p. 64-90, 2012.
- BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.
- BENJAMIN, W. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica.** In: *Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política.* Tradução de: Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BOUDREAU, J. A.; ALBA, F. **The figure of the hero in cinematographic and urban spaces: Fear and politics in Ciudad Juarez.** *Emotion, Space and Society*, v. 4, n. 2, p. 75-85, 2011.
- CAMPBELL, J. **O herói de mil faces.** Tradução de: Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Pensamento, 2007.

- GONÇALVES, S. M. L. P. **Rever Senna: da morte de um ídolo à construção do herói contemporâneo.** *Comunicação Mídia e Consumo*, v. 9, n. 24, p. 265-288, 2012
- LABRE, M. P.; DUKE, L. “**Nothing Like a Brisk Walk and a Spot of Demon Slaughter to Make a Girl’s Night**”: The Construction of the Female Hero in the Buffy Video Game. *Journal of Communication Inquiry*, v. 28, n. 2, p. 138-156, 2004.
- POMPEO, C. “**República de Curitiba**”: o que acontece aqui que assusta Lula? *Gazeta do Povo*, Curitiba, 2016. Disponível em: < <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/república-de-curitiba-o-que-acontece-aqui-que-assusta-lula-4hvq9xabokbshoid515mzqawq>>. Acesso em: 05/09/2016.
- MAFFESOLI, M. “**O imaginário é uma realidade**” (entrevista a Juremir Machado da Silva), In: *Revista Famecos, mídia cultura e tecnologia*, n. 15. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- MORIN, E. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. Tradução de: Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya, 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2000.
- NETTO, V. **Lava Jato: o juiz Sergio Moro e os bastidores da operação que abalou o Brasil**. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2016.
- PISANI, F.; PIOTET, D. **Como a web transforma o mundo: a alquimia das multidões**. Tradução de Gian Bruno Grosso. São Paulo: Editora Senac, 2010.
- SILVA, J. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: 3ª edição, Sulina, 2012.
- WILLIAMS, R. **Culture is ordinary** [1958]. In: *Resources of Hope: Culture, Democracy, Socialism*. p. 3-18. Londres: Verso, 1989.