

# A revisão da noção de pânico moral nos Estudos Culturais: hegemonia, cultura midiática e representação

*The review of the moral panic's notion in the Cultural Studies: hegemony, mediatic culture and representation*

**Igor Sacramento**<sup>1</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro

**Allan Santos**<sup>2</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro

---

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ), tendo realizado estágio pós-doutoral na mesma instituição. Atualmente, é líder do Núcleo de Estudos em Comunicação, História e Saúde (Nechs - Fiocruz/UFRJ), pesquisador do Laboratório de Comunicação e Saúde (Laces/Icict/Fiocruz) e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ e do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde da Fiocruz.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ) e integrante do Núcleo de Estudos em Comunicação, História e Saúde (Nechs - Fiocruz/UFRJ).

## **Resumo**

O artigo apresenta uma revisão do conceito de pânico moral no âmbito dos Estudos Culturais, considerando dois movimentos de deslocamento teórico-metodológicos: o primeiro centrado na apropriação do conceito gramsciano de hegemonia e o segundo no reconhecimento da multimídia e das tecnologias digitais na construção do pânico moral, destacando a capacidade de contra-ataque dos grupos sociais demonizados. Busca apresentar, para um conceito abordado geralmente de forma vaga e imprecisa, possibilidades para o estudo da cultura contemporânea e dos processos de disputa de sentidos. Conclui que a noção de pânico moral pode ir além do funcionalismo da teoria da sociologia do desvio formulada pelos seus precursores e envolver os processos de conflito por poder, verdade e representação.

## **Abstract**

The article presents a review on the concept of moral panic in the context of the Cultural Studies, considering two movements of theoretical and methodological displacement: the first centered on the appropriation of the gramscian concept of hegemony and the second on the recognition of the multimedia and the digital technology in the construction of moral panic, highlighting the capacity of the folk devils to counterattack. It seeks to present, for a concept generally approached vaguely and inaccurately, possibilities for the study of contemporary culture and the processes of dispute of meaning. It concludes that the notion of moral panic can go beyond the functionalism of the sociology of deviance's theory formulated by its precursors to involve the processes of conflict for power, truth and representation.

## **Palavras-chave**

Pânico Moral; Estudos Culturais; Hegemonia; Mídia; Representação.

## **Keywords**

Moral Panic; Cultural Studies; Hegemony; Media; Representation.

## Introdução

O influente estudo de Stanley Cohen (1972), *Folk devils and moral panics: the creation of the mods and rockers*, é um marco importante na pesquisa sociológica britânica, sendo recorrentemente acionado para os estudos sobre juventude, criminalidade, mídia e construção do desvio. Por meio de manchetes sensacionalistas e de um vocabulário melodramático se deu a construção de *folk devils*<sup>3</sup>. Neste caso, os grupos sociais demonizados eram compostos por jovens – *mods* e *rockers* – vistos como ameaças aos valores tradicionais da sociedade por serem considerados violentos e perigosos para “os cidadãos comuns” (COHEN, 1972, p. 12).

Cohen (1972) admite que os *mods* e *rockers* tiveram algumas brigas em meados da década de 1960, mas argumenta que estas não eram diferentes das brigas que ocorreram entre jovens nos anos 1950 e início dos anos 1960. A diferença fundamental é que a mídia britânica transformou tais subculturas (e a juventude como um todo) em um símbolo de delinquência e desvio, o que, portanto, tornava desejável haver “reações punitivas” (Ibid., p. 28). O autor mostra que a mídia usou entrevistas falsas com supostos *rockers* como *Mick the Wild One*. Além disso, a mídia tentaria obter milhas de acidentes não relacionados à

violência de roqueiros modernos, como um afogamento acidental de um jovem que resultou na manchete *Mod Dead in Sea*. Eventualmente, quando os jornais ficaram sem lutas reais para reportar, eles publicaram manchetes enganosas, como o uso da subseção *Violência*.

Em seu livro, Cohen (1972) apresentou o desenvolvimento de um pânico moral decorrente de incidentes, como em um pequeno feriado no litoral da Inglaterra em 1964, que levaram a reações fortemente negativas a certos tipos de estilos e expressões culturais dos jovens. *Mods* e *rockers* foram tomados como grupos sociais demonizados e utilizados por vários grupos de pressão conservadores para o desenvolvimento de uma nova legislação que pudesse ser mais severa com os jovens e contribuísse para um controle social mais rígido. Segundo o autor, o pânico moral ocorre quando:

uma condição, episódio, pessoa ou grupo de pessoas emerge para ser definido como uma ameaça aos valores e interesses sociais; sua natureza é apresentada de maneira estilizada e estereotipada pelos meios de comunicação de massa; as barricadas morais são conduzidas por editores, bispos, políticos e outras pessoas com pensamento de direita; especialistas credenciados socialmente pronunciam seus diagnósticos e soluções; formas de enfrentamento são desenvolvidas ou (mais frequentemente) reordenadas; a condição então desaparece, submerge ou se deteriora e se torna mais visível (COHEN, 1972, p. 9. Tradução nossa).

---

<sup>3</sup> Trata-se de um termo de difícil tradução. Literalmente, refere-se a “demônios populares”. Embora seja muito comum este uso entre nós no Brasil, lembramos que *folk* em inglês está relacionado a folclore e a popular em termos culturais, mas também a grupos, pessoas,

comunidades e populações. Por isso, preferimos traduzir como grupos sociais demonizados, destacando o processo de demonização realizado em relação a determinados grupos sociais em contextos específicos.

O principal recurso na concepção de pânico moral de Cohen é a ênfase na reação social. Seu reconhecimento particular dos *mods* e *rockers* não indicou um foco primário nas atividades das subculturas de uma maneira geral. Na verdade, seu principal objetivo era mostrar a reação social geral para escolher as atividades. Em certo ponto, ele até se refere ao comportamento das subculturas como mero pano de fundo. A rotulagem é vista como reproduzida e aprimorada pela mídia como um tipo de cena para um processo social. O componente adicional crucial no caso de Cohen foi a inclusão da mídia como criadora do pânico moral, tornando-o parte do critério da produção noticiosa.

Segundo Cohen (1972), o desenvolvimento do pânico moral sempre segue um certo padrão. Ele distingue entre quatro fases: aviso, impacto, inventário e reação. Embora ataques contra fenômenos considerados perturbadores ou chocantes sejam frequentemente chamados de pânico moral, um dos principais sinais de que realmente se trata disso é, na verdade, a existência de uma oposição conjunta ao fenômeno em questão. Na fase chamada “inventário”, a mídia desempenha um papel central no exagero e distorção de diferentes eventos e ações, e na criação de grupos sociais demonizados. Desse modo, a mídia opera como um dispositivo de enquadramento, concentrando a atenção em determinados eventos e indivíduos. Isto permite o desenvolvimento de uma cultura de controle e de diferentes tipos de tentativas de normatizar determinado grupo ou acabar com um fenômeno.

Cohen (1972) considera o pânico moral um processo de escalada a partir do momento do aviso sobre um grupo social que desafia a ordem até a reação pela comunidade local, amplificando o desejo de controle. Essa concepção deriva de uma fonte tipicamente funcionalista – a amplificação do desvio. Tal amplificação inclui a difusão de uma percepção sobre um grupo social desviante dentro de um sistema de crenças que exige controle social. Está dentro daquilo que Hall (1974) chama de “espiral da amplificação”, como característica básica de identificação da existência, relevância e ação de um pânico moral.

É indubitável que grande parte da sociologia do desvio foi dominada por um funcionalismo profundamente conservador (Couldry, 2003). Essa perspectiva compartilha a preocupação de abordar a dimensão dos impactos sociais da mídia. O que nos interessa, diferentemente disso, são os processos de construção social, e particularmente seus aspectos midiáticos. Nesse ponto, concordamos com a perspectiva de que a construção social é um “*processo social de significação*” (Hall *et. al.*, 1978, p. 55). Ou, mais recentemente, destacamos que “*o estudo da cultura deve reconhecer que toda prática social expressa ou comunica um significado e, desse modo, são práticas significantes*” (HALL, 1997, p. 208).

Embora o termo venha sendo largamente utilizado em estudos sociológicos, antropológicos, históricos e comunicacionais, a sua conceituação é recorrentemente ampla e imprecisa. A noção de pânico associada à de moral gira em torno da

tentativa de explicar um tipo particular de reação exagerada a um problema social percebido. Essa dimensão desproporcional se baseia na noção de que o nível de dano que se acredita ser apresentado pelos grupos sociais demonizados é desproporcional ao nível de dano que realmente existe, mas isso não resulta, na prática, num afrouxamento dos processos de regulação social desses grupos. Pelo contrário, os *folk devils* não são exclusivas construções dos episódios de pânico moral, mas são parte de um processo de demonização de determinados grupos e movimentos sociais. No trabalho seminal de Cohen (1972), fica evidente que o objeto do pânico moral não eram os *mods* e *rockers*, mas especialmente a liberdade comportamental que representavam.

Um dos problemas da noção de pânico moral tal como vagamente conceituada e trabalhada por Cohen é seu caráter episódico. Para solucionar o problema de temporalidade com exemplos empíricos, podemos explorar como um pânico moral específico faz parte de processos sociais mais amplos. Desse modo, as seguintes perguntas podem ser feitas sobre o relacionamento entre o pânico moral observado numa curta duração com processos sociais que se dão numa longa duração. Como surgem problemas sociais específicos que possam ser percebidos e definidos como tal e se transformarem num pânico moral? Como grupos específicos de pessoas passam a ser o foco dos processos de identificação, representação e controle? Por que determinados grupos sociais são tomados como desviantes a tal ponto de explicarem por si só uma alegada crise social?

Nosso objetivo neste artigo é apresentar uma revisão da noção de pânico moral no âmbito dos Estudos Culturais. Para isso, destacamos dois movimentos de deslocamento teórico-metodológicos: o primeiro centrado na apropriação do conceito gramsciano de hegemonia e o segundo no reconhecimento da multimídia e das tecnologias digitais na construção do pânico moral, destacando a capacidade de contra-ataque dos grupos sociais demonizados em relação às representações propostas pela cultura dominante e suas tentativas de estabelecimento da ordem e disciplina sobre os corpos e as condutas supostamente desviantes.

### **A hegemonia, a produção do consenso e o senso comum**

Apesar da reconhecida importância da proposição teórica formulada por Cohen em 1972 – diretamente influenciada pelos “processos de rotulagem” apresentados pelos estudos da sociologia do desvio, como o de “empreendimento moral” desenvolvido por Howard Becker e o de “estigmatização” popularizado por Erving Goffman –, o contexto social, político, econômico e cultural no qual a rotulagem acontece não é relevante para a sua análise. O autor identifica, mapeia e categoriza o fenômeno investigado, sem, no entanto, explicar, questionar e interpretar o porquê da ocorrência deste na sociedade britânica das décadas de 1960 e 1970. Não há no trabalho de Cohen uma articulação dialética entre o micro e o

macrossocial, se limitando a explicar o processo de construção do pânico moral e de controle dos grupos demonizados sem considerar os contextos nos quais os mesmos ocorrem.

Hall *et. al.* (1978) analisam o pânico moral a partir da noção de hegemonia, deslocando a proposição teórica da sociologia do desvio para uma perspectiva marxista, mais especificamente gramsciana. Neste contexto epistemológico, temas como raça, crime e juventude são condensados no fenômeno social do *mugging* (ato de atacar e roubar pessoas em espaços públicos) e tomados como condutores ideológicos para a produção do “consenso autoritário” na Inglaterra na década de 1970 e legitimando, portanto, um Estado punitivista inscrito em um contexto de Lei e Ordem.

O trabalho dos pesquisadores do Centro de Estudos Culturais Contemporâneos da Universidade de Birmingham (CCCS) tinha como objetivo principal desmistificar os processos de rotulagem construídos por políticos, juízes, policiais, estatísticos criminais, mídia de massa e guardiões morais a partir da investigação das contradições sociais refletidas nas reações sociais e sentenças judiciais exageradas que sinalizavam o pânico moral às práticas de *mugging*. Para Hall *et al.* (1978), o pânico estaria relacionado a outros elementos para além das taxas supostamente cada vez maiores de crimes violentos, revelando o *mugging* como o signo ideológico da desintegração da ordem social britânica e representando, portanto, a crise da hegemonia na Inglaterra dos anos 1970. Como sintetizam os pesquisadores, “a

*sociedade passa a perceber o crime em geral, e o ‘mugging’ em particular, como um índice da desintegração da ordem social, como um sinal de que ‘o estilo de vida britânico’ está se despedaçando”* (HALL *et. al.*, 197, p. vii-viii).

Ao estabelecer uma relação entre pânico moral e a aplicação de sentenças exageradas aos casos de *mugging*, Hall *et. al.* (1978) trazem à luz o modo pelo qual as instituições britânicas policiam a crise da hegemonia em seu tecido social. Desta forma, *Policing the crisis: mugging, the state, and law and order* estabelece um diálogo inicial entre a sociologia do desvio e os Estudos Culturais Britânicos. Conforme sugerem McRobbie e Thornton (1995, p. 562), é apenas com as teorias da ideologia que a ideia dos pânicos morais midiáticos como questões sociais definidoras e distorcidas dá lugar a uma compreensão mais integrada e conectiva do significado em toda a gama de formas e instituições da mídia. A análise revela o pânico moral como parte das práticas de produção de consenso e hegemonia, tornando processos sociais complexos inteligíveis ao “senso comum” e mobilizando uma estrutura profunda de ansiedade para a manutenção da ordem social.

O senso comum, baseado nos estudos de Gramsci, não é necessariamente negativo, ilógico ou irracional, quando possibilita a formação de consenso no âmbito da luta hegemônica. Desse modo, não se trata simplesmente de uma lógica enganadora, uma vez que permite uma agilização mental, fundada na liderança moral e intelectual de uma instituição ou grupo social:

## A revisão da noção de pânico moral nos Estudos Culturais: hegemonia, cultura midiática e representação

pela própria concepção de mundo, pertencemos sempre a determinado grupo, precisamente o de todos os elementos sociais que compartilham um mesmo modo de pensar e agir. Somos conformistas de algum conformismo, somos sempre homens-massa ou homens-coletivos (GRAMSCI, 1999, p. 94).

Embora pareça imutável, o senso comum está numa contínua (embora lenta) transformação. As concepções populares a respeito do mundo aparecem muitas vezes como uma consequência óbvia do próprio mundo, fazendo com que o mundo seja evidente e, por isso, a interpretação dele no regime do senso comum dispense verificações. Nesse sentido, no processo de luta hegemônica, os blocos históricos de poder trabalham valores, representações e percepções populares como forma de manutenção do status quo, enquanto os grupos de oposição o trabalham de modo a conquistar o apoio para uma reorganização da ordem política hegemônica.

A hegemonia não é apenas adicionada ao paradigma revisado de pânico moral do CCCS, mas é parte da transformação geral do repertório conceitual de Cohen. De fato, há explicitamente uma troca da noção de cultura de controle pela de hegemonia de Gramsci: “*A esse respeito, argumentou Gramsci, o Estado tinha outro aspecto ou papel crucial além do legal ou coercitivo: o papel da liderança, da direção, da educação e tutela – a esfera, não da dominação pela força, mas pela produção de consentimento*” (Hall *et. al.*, 1978, p. 202). Afinal, como observam, esse gerenciamento do consenso não foi concebido simplesmente como um truque ou artifício. Em Gramsci, para que a produção capitalista se expandisse, “*era necessário que todo o terreno da*

*atividade social, moral e cultural fosse trazido, sempre que possível, ao seu domínio, desenvolvido e remodelado de acordo com suas necessidades*” (IBID., p. 203).

A exceção a essa transformação conceitual é a compreensão de Becker e Cohen de consenso moral. Consentimento voluntário e reconhecimento da legitimidade da ordem social existente são definidores da hegemonia em Gramsci. Há semelhança terminológica entre consenso em Becker e consenso em Gramsci. Assim, na sociologia do desvio, é comum contrastar ideias de conflito e consenso, uma abordagem que contrasta o individualismo e o holismo. Este pressuposto é chave para a rotulagem, entendendo que o desvio não é uma qualidade do ato que uma pessoa comete, mas sim uma consequência da aplicação por outras pessoas de regras e sanções a um infrator. Afinal, comportamento desviante é aquele que as pessoas rotulam. É a articulação competente desses valores que, Becker sugere, demonstra o sucesso legitimador das rotulações. Esses valores formam o consenso da ordem moral contra a qual o “novo” desviante é definido. O empreendimento moral bem-sucedido é, portanto, “*a criação de um novo fragmento da constituição moral da sociedade*” (Becker, 1966, p. 145), uma expansão do consenso pela bem-sucedida criação de um novo *outsider*.

O problema mais óbvio disso é que Becker tende a conceituar essa ordem moral como sendo opinião pública, a partir de uma compreensão bastante imprecisa. Por outro lado, Hall e colaboradores viram a política de consenso como o

modo de consentimento historicamente específico alcançado entre as forças sociais concorrentes na Grã-Bretanha pós-guerra, que é transformada durante o período de pânico moral dinamizado por um consenso populista autoritário, associado à ascensão política da líder conservadora Margaret Thatcher. Sendo assim, a questão é muito mais relacionada ao gerenciamento do senso comum no âmbito da construção da hegemonia, promovendo uma organização do conjunto de concepções de caráter mais ou menos transformador da relação com a cultura vivida, do que a rotulação de um grupo social com intenções de controlar ameaças à ordem social. Os pesquisadores, aqui, diferentemente de Cohen (1972), não exageram no alcance da influência da mídia em moldar a sociedade. Na verdade, buscaram entender como um pânico moral é parte da luta hegemônica que se dá em sociedade, envolvendo, portanto, diferentes esferas e instituições, como a mídia, a justiça, a sociedade civil e o Estado. Com esse trabalho foi introduzida a relevância do estudo das formas de construção social do desvio e do desviante, tratando os pânicos morais não apenas como episódios separados, mas em relação aos sistemas de representação e regulação de uma sociedade, e, também, como constituintes de tensões sociais, culturais e políticas maiores.

Enquanto Cohen (1972) argumentou que o pânico moral se origina na ampliação de reivindicações na/pela mídia, Hall *et. al.* (1978) sustentam que a mídia serve como o principal meio de disseminar o pânico moral, mas que o ponto de origem pode ser encontrado nos processos de construção da hegemonia. Além disso,

argumentam que em tempos de crise, a elite dominante orquestra a hegemonia, manipulando a mídia, que por sua vez reproduz estruturas e relações de dominação. A implicação é que as notícias não são uma criação da mídia em si; antes, a mídia participa de relações de dominação e controle. Com esse trabalho, pudemos observar como a mídia produz notícias de assalto, como a polícia identifica e, assim, fabrica o crime negro, e como os juízes e especialistas recorrem à ideologia liberal, particularmente conservadora e moralista, para criar uma justificativa para o controle. Tudo isso é dito na linguagem familiar das rotulagens e abordagens transacionais do desvio social. Assim, mídia, política e justiça se tornam “*agências públicas de significação e controle*”

O argumento de Hall *et. al.* (1978) depende de uma teoria particular do Estado como organizador do consenso e de uma análise histórica das formas de mudança do Estado britânico. Os autores apontam, em particular, o crescimento do Estado intervencionista em condições de capitalismo monopolista e, no contexto de crise econômica e política, o crescimento de um Estado de exceção ou de um Estado que necessita de força “mais do que o habitual”. Segundo os autores, ao identificar grupos sociais como desviantes, o pânico moral produz um tipo de consenso autoritário entre classes que funciona para legitimar uma intervenção estatal cada vez mais repressiva na luta de classes.

O argumento depende também de uma teoria particular da crise. Enquanto os autores reconhecem o peso da crise econômica (taxa de



## A revisão da noção de pânico moral nos Estudos Culturais: hegemonia, cultura midiática e representação

lucro em queda, mercados em queda, recessões etc.), eles se preocupam principalmente com a crise no nível do Estado, uma crise de hegemonia como definida por Gramsci: “a crise da hegemonia da classe dominante, que ocorre porque a classe dominante fracassou em algum grande empreendimento político pelo qual solicitou, ou extraiu à força, o consentimento de grandes massas” (HALL *et. al.*, 1978, p. 216).

### A cultura midiática e o contra-ataque

Em um dos capítulos do livro *Postmodernism and popular culture*, Angela McRobbie (1994b) debate o lugar central ocupado pela teoria do pânico moral na sociologia. Segundo a sua crítica, embora a prática de produção de pânico moral ainda exista, é preciso considerar que a “sua alta taxa de rotatividade no contexto da mídia massivamente expandida torna impossível confiar no mesmo modelo antigo com seus estágios e ciclos, seu refluxo e fluxo”. Se, por um lado, o pânico moral continua sendo uma das estratégias mais eficazes de tentativas de garantir a segurança e o controle, por outro, se baseia inextricavelmente no conservadorismo e na busca de apoio político para suas propostas e líderes. No entanto, para a autora, no cenário social contemporâneo, é preciso considerar também que a proliferação de vozes acompanha o surgimento de um pânico moral e a diversidade de posições a partir das quais essas vozes falam. Primeiramente, “há o crescimento de grupos de interesse ou grupos de pressão, cujos

objetivos incluem serem capazes de responder instantaneamente à demonização do grupo pela mídia que o representa e fornecer informações e análises elaboradas para contrariar essa representação” (McRobbie, 1994b, p. 195). Como sintetizado pela pesquisadora, os grupos sociais demonizados revidam.

Em contraste com as formulações anteriores, que dependem de uma distinção analítica entre a mídia e a sociedade, assim como entre a política e o controle social, McRobbie (1994b) argumenta que a maioria das estratégias políticas contemporâneas são estratégias da mídia e que a relação entre processos de afirmação social e controle é muito menos limitado do que aquelas perspectivas reconhecem. McRobbie e Thornton (1995) explicam que a análise original de Cohen conceitua “sociedade” e “reações da sociedade” como previsíveis, monolíticas e funcionais. Elas também sustentam que o estudo de Hall *et. al.* (1978) exagera o determinismo da hegemonia ao negligenciar a importância dos contradiscursos, narrativas de oposição e fragmentação do público. Elas argumentam não apenas que as reações sociais são tidas como inevitáveis nesses modelos, mas também que os modelos implicam que o pânico moral funciona para reafirmar os limites morais de uma ordem social monolítica.

O que um modelo atualizado de pânico moral necessita, para McRobbie e Thornton (1995), é uma apreciação mais completa da pluralidade de reações que tendem a acompanhar a cobertura volátil das notícias moralizadoras. Por exemplo, na etnografia de Thornton (1996) sobre

as culturas de clubes juvenis na Grã-Bretanha, a pesquisadora descobriu que os jovens não apenas rejeitam a cobertura de aprovação ou apoio na mídia de massa, mas prosperam com o legado de grupos sociais demonizados anteriores.

McRobbie (1994b, p. 111) reconhece que, outrora o único portador da tocha para a defesa das “minorias morais”, o mundo acadêmico agora é reforçado e até superado por “um novo grupo de especialistas” na forma de representantes qualificados de grupos de pressão e organizações voluntárias. Nesse contexto de mudança social, a contestação envolve o uso de mídias alternativas. Embora a mídia de massa seja regularmente conceituada como monolítica nas análises da formação de políticas públicas, é importante considerar textos que caem na periferia das concepções costumeiras da mídia de massa. Reivindicações dominantes patrocinadas pelo Estado podem ser combatidas ou ignoradas por esforços específicos originados em mídia alternativa ou através de um envolvimento com a mídia de massa por grupos organizados que buscam subverter discursos dominantes. A autora destaca a importância de diversas reivindicações e a heterogeneidade dos meios de comunicação envolvidos na construção e contestação do pânico moral. Esses estudos compartilham o argumento de que uma diversidade de reações sociais está envolvida na duração do pânico moral.

Sendo assim, McRobbie (1994b, p. 217-18) argumenta que essa proliferação de vozes na mídia introduziu uma forte contestação dos guardiões morais tradicionais: “*os velhos tempos*

*do pânico moral claramente definido e altamente visível foram substituídos por uma maneira muito mais sofisticada de representar questões sociais e políticas ao público*”. Ao contrário da antiga visão do pânico moral, as normas, moralidades e representações são menos estáveis, porque pertencem a um campo de contestação e luta intensas. Aqui, McRobbie (1994b, p. 215) argumenta que o público “na velha teoria do pânico moral desempenhava um papel menor” e era visto como “o espaço do consenso, o espaço da manipulação da mídia”. Estes elementos tornam o conceito de pânico moral desatualizado e inadequado para analisar o papel da mídia na contemporaneidade, levando alguns autores a substituir o vocabulário do pânico moral pelo da representação, da discursividade e da alteridade (McRobbie, 1994a).

O segundo grande desenvolvimento é a expansão, diversificação e amplificação dos próprios meios de comunicação, para que não possam mais ser vistos como algo separado da sociedade; ao contrário, eles se tornam algo dentro de uma escala social que está sendo definida continuamente (McRobbie, 1994b). A mídia se tornou mais autoconsciente quanto à participação em pânico moral, e pode-se argumentar que os pânicos morais recentes têm sido mais auto referenciais, além de serem mais abertos a críticas de dentro da mídia. O exame de McRobbie sugere que vivemos em uma era de pânico moral pós-moderno, quando o pânico moral não pode mais continuar incontestado e, portanto, não pode ser usado facilmente para justificar novas medidas de controle.

## A revisão da noção de pânico moral nos Estudos Culturais: hegemonia, cultura midiática e representação

McRobbie argumenta que a relação retangular de posições e processos que mantinham o modelo antigo (a produção do desviante; as instituições de controle social; a mídia; os guardiões e especialistas morais) foi substituída por um conjunto de instituições mais diversificado e mais fluido, agências e práticas que às vezes se entrelaçam (McRobbie, 1994b, p. 211). Para ela, em um ambiente altamente competitivo, a mídia costuma assumir o papel de guardião moral, tornando-se a voz moral da classe média, alertando-a “para novas possibilidades de preocupação e indignação” e fazendo com que o “*pânico moral se torne a norma da prática jornalística*”, onde até os jornais considerados de qualidade e referência usam “*títulos exagerados, sensacionais e moralistas*” (Ibid., p. 202). Dada a expansão e a amplificação da mídia na vida social, o mundo midiático não pode mais ser separado da realidade social. As questões sociais e políticas são apresentadas, desfiladas e transformadas, não mais em um pânico moral direto, mas em uma rede contínua de eventos narrativizados. Isso significa que os pânicos são construídos, raramente capturados e ativados por um conjunto de reportagens, principalmente porque são entrelaçados em um fluxo mais amplo de discursos e crenças sociais no âmbito da construção das relações de poder de uma determinada sociedade.

Sendo assim, McRobbie (1994b) critica as teorias existentes por assumirem uma distinção entre o mundo da mídia e o mundo da realidade social, em outras palavras, entre o que realmente acontece e o que os jornais dizem. A origem desse problema está em *Folk devils and moral panics*,

onde se diz que há poucas dúvidas de que a corrente principal de reação expressa nos meios de comunicação de massa – desvio putativo, punição, criação de grupos sociais demonizados – entrou nas imagens públicas, apesar da breve constatação de Cohen (1972, p. 70) de que algumas partes do público consideram a mídia exagerada.

A crítica de McRobbie (1994b) à distinção entre pânico moral e o mundo real é extremamente reveladora aqui e marca um avanço significativo em relação a seus antecessores, na integração do pânico moral ao processo contínuo de discursos e práticas morais. Nesse ponto, a autora retoma o trabalho de Simon Watney (1987). Watney critica a teoria do pânico moral porque, ele afirma, é sempre obrigado a contrastar “representação” com a arbitragem do “real”, e, portanto, é incapaz de desenvolver uma teoria completa relativa às operações ideológicas em todos os sistemas representacionais:

O pânico moral parece aparecer e desaparecer, como se a representação não fosse o local de permanente luta ideológica sobre o significado dos signos. Um “pânico moral” específico marca o local da linha de frente atual em tais lutas. De fato, não testemunhamos o desenrolar de “pânicos morais” descontínuos e discretos, mas a mobilidade do confronto ideológico em todo o campo das representações públicas, e em particular daqueles que lidam e avaliam os significados do corpo humano, onde são rivais e incompatíveis forças e valores envolvidos em uma luta incessante para definir verdades “humanas” supostamente universais (WATNEY, 1987, p. 42).

É preciso ter atenção às estratégias representacionais que alicerçam diferentes tipos de pânico moral, indicando os modos pelos quais as pessoas são persuadidas a experimentarem,

perceberem e responderem a determinados eventos que exigem o exercício do controle sobre determinados grupos sociais. Em um importante ensaio sobre aids, Jeffrey Weeks (1991) observa como os processos de pânico moral trabalham com representações já bastante consolidadas no senso comum, bem como com mecanismos bastante conhecidos: a definição de uma ameaça a um evento em particular (um motim juvenil, um escândalo sexual); o estereótipo de determinados grupos sociais como espécies particulares de monstros (a prostituta como “mulher caída”, o pedófilo como “molestador de crianças”, o homossexual como “promíscuo” e/ou “aidético”). Essas representações mobilizam o surgimento de uma solução imaginária: com leis mais duras, isolamento moral, uma ação judicial simbólica, seguida pela subsidência da ansiedade, com suas vítimas deixadas para suportar a nova proscricção, o clima social repressivo e as sanções legais.

Esses fenômenos lidam com o fórum público nos quais as sociedades e os indivíduos são classificados, hierarquizados e controlados. Nesse sentido, segundo Watney (1987), a própria existência de desejo homossexual, sem falar nas identidades gays, é admitida apenas no quadro das representações midiáticas em formas densamente codificadas, que protegem o público em geral de qualquer ameaça de desestabilização potencial. É nesse contexto que devemos pensar sobre a crise de representação com a qual a aids ameaça a mídia, entendida acima de tudo como uma agência de fantasia coletiva. A representação da aids na mídia transforma os gays em monstros, pervertidos, anormais, culpados pela doença, pela morte

iminente e pela pandemia. Assim, a homossexualidade continua sendo construída como intrinsecamente monstruosa dentro de um sistema de representações morais fortemente marcado pelas noções de decência, natureza, honra, pureza, inocência e assim por diante.

Por esse motivo, Watney (1987) argumenta que os processos de pânico moral dependem do contraste ostensivo da representação com a arbitragem do “real”, endossos diários do que são padrões ideologicamente normativos de representação (por exemplo, branco, heterossexualidade masculina, ocidental), bem como suas consequências materiais e excludentes em uma ampla gama de processos moralizantes. Porém afirma que é preciso observar que a representação moral é um local permanente de apropriação e luta. Em contraste com a suposição de modelos estabelecidos de que episódios de pânico moral são mais excepcionais do que comuns, o autor sugere que discursos moralizantes voláteis sejam adequadamente entendidos como manifestações localizadas de outros padrões profundamente arraigados de representação cultural nas estruturas sociais.

Partindo da análise de Watney (1987) sobre as formas de representação da homossexualidade masculina como doentes por aids como um processo de policiamento do desejo, de Young (1998) conceitua os padrões representacionais característicos dos pânicos contemporâneos como contingentes de patologizar em vez de demonizar os discursos do Outro. Para de Young, isso sugere que a recontextualização do

## A revisão da noção de pânico moral nos Estudos Culturais: hegemonia, cultura midiática e representação

Outro em representações monstruosas surgiu para acomodar a falta de marginalidade social exibida por aqueles que se tornam grupos sociais demonizados no contexto contemporâneo.

Embora esses desenvolvimentos sejam significativos, a tentativa de McRobbie e Thornton (1995) de repensar o pânico moral depende de um terceiro nível de análise: a expansão e fragmentação material das mídias de massa. Elas explicam que, em nítido contraste com o tipo de envolvimento comportamental que acompanha as reportagens restritas, de acordo com as concepções tradicionais, os grupos sociais contemporâneos encontram seus interesses defendidos não apenas nos mesmos meios de comunicação de massa que os castigam, mas também frequentemente em seu próprio nicho e micro-mídia.

McRobbie e Thornton (1995) sustentam que o pânico moral se tornou um meio central pelo qual os eventos diários são relatados e trazidos à atenção do público. Utilizados por políticos para orquestrar o consentimento, por empresas para promover vendas em determinados nichos de mercado e por jornalistas para tornar dignos de nota os assuntos domésticos e sociais, o pânico moral é construído diariamente. Os sociólogos podem ver isso corretamente em termos de amplificação de desvio, mas os jovens têm seus próprios discursos que compreendem o processo como aquele em que uma “cena” é transformada em “movimento” (MCROBBIE; THORNTON, 1995, p. 565).

As autoras argumentam que, com a diversificação da mídia (fanzines, rádio pirata,

sites na Internet, fóruns, listas de distribuição de e-mail), as relações entre reportagem da mídia, os grupos sociais demonizados e o controle social passaram a ser muito mais complexas do que as formulações tradicionais permitem, tal como é possível verificar que os grupos sociais demonizados podem combater, e frequentemente combatem, as representações hegemônicas feitas sobre eles. Afinal, conforme sustenta McRobbie (1994b, p. 52), se a representação continua sendo um local de poder e regulamentação, bem como uma fonte de identidade, os estudiosos da cultura que trabalham no campo da representação têm um papel crítico, que é trabalhar na tentativa de reformular determinados termos, infligindo novos significados, valorizando-os e separando-os dos antigos. Nesse contexto de luta por significado e representação, a mídia não serve apenas como espaços sociais onde projetos políticos hegemônicos são constituídos e configurados, mas, adicionalmente, onde essas agendas políticas são contestadas e reconfiguradas. Isso se dá porque cada vez mais grupos sociais utilizam as mídias como espaço de representação e visibilidade identitária e política, o que estende suas capacidades de pressão, reivindicação e luta em uma esfera público-midiática cada vez mais marcada por formações ideológicas diversas.

Mais contemporaneamente, Hier (2018) sugere repensar alguns dos modos pelos quais os pânicos morais estão sendo cultivados em mundos sociais digitalmente mediados (mais do que apenas multi-mediados). O pesquisador canadense reconhece a importância da desconstrução proposta por McRobbie e Thornton (1995) às teorias

clássicas de pânico moral, no entanto, considera que os argumentos desenvolvidos pelas autoras implicam em uma série de relações cujas mediações se realizam exteriormente aos próprios grupos juvenis, ou seja, a formação subcultural de um movimento ou estilo de vida jovem é teorizada como dependente, se não epifenomenal, aos interesses comerciais das indústrias de marketing e mídia. Além disso, os grupos de interesses apenas intervêm (enviando *soundbites* a jornalistas em um processo de disputa pelas representações hegemônicas), mas não incitam episódios de pânico para contestar as acusações dos “empreendedores morais” em um sistema midiático de massa ainda bastante institucionalizado e assimétrico.

Para Hier (2018, p. 6), as tecnologias digitais estão continuamente remodelando como as narrativas de pânico são testemunhadas pelos públicos, principalmente no que diz respeito à escala de participação, à quantidade de evidências testemunhais que podem circular diretamente dos usuários em rede e à velocidade das transformações. A lógica tem afetado a estrutura do empreendedorismo moral, tradicionalmente restrita a elites socialmente estabelecidas que trabalham em estreita relação com as instituições de mídia de massa para obter controle sobre as narrativas midiáticas e reivindicações públicas. Neste sentido, ocorrem alterações nas dinâmicas de produção de consenso articuladas aos modelos verticais tradicionalmente estabelecidos pelas mídias de massa, tornando a amplificação do desvio cada vez mais suscetível a um conjunto extenso de definidores primários e secundários:

blogueiros, vloggers, *Tweeters*, *YouTubers*, produtores de memes, criadores de hashtags e pessoas comuns conectadas.

Por meio dos processos de circulação e remixagem de discursos e imagens nas redes de sociabilidade digitais, os sentidos originais de conteúdos postados e a construção da memória futura de eventos podem ser disputados pelos públicos, criando oportunidades para subverter o tradicional papel dos *gatekeepers* e das elites na disputa por poder, verdade e representação. Neste contexto, Johnen, Jungblut e Ziegele (2017) compreendem *online firestorms* (tempestades digitais) como um tipo especial de pânico moral que acontece mais facilmente, se espalha mais rapidamente entre um número maior de usuários e exibe um caráter maior de indignação sobre injustiças sociais. Em alguns casos, o alcance e o impacto dos *online firestorms* são ainda mais potencializados quando jornalistas consideram que os mesmos têm valor noticioso, caracterizando um *digital spillover* (vazamento digital). Destacamos aqui a atuação digital de movimentos negros, feministas e LGBTQI+ para a reconstrução dos seus corpos e identidades por meio da disputa por sentidos dos discursos e imagens que circulam nos meios de comunicação e na sociedade em geral.

### **Considerações finais**

Neste artigo apresentamos uma revisão do conceito de pânico moral no âmbito dos Estudos Culturais, considerando dois movimentos de

## A revisão da noção de pânico moral nos Estudos Culturais: hegemonia, cultura midiática e representação

deslocamento teórico-metodológicos: o primeiro centrado na apropriação do conceito gramsciano de hegemonia e o segundo no reconhecimento da multimídia e das tecnologias digitais na construção do pânico moral. Argumentamos que tanto a amplificação do desvio apontada por Cohen (1972) como a articulação entre mídia e empreendedores morais para a manutenção da hegemonia sugeridas por Hall *et. al.* (1978) são centrais para a construção do pânico moral. No entanto, conforme sustenta McRobbie (1994b), ambas formulações não reconhecem a capacidade de contra-ataque dos grupos sociais demonizados em relação às representações propostas pela cultura dominante e suas tentativas de estabelecimento de ordem e disciplina sobre os corpos supostamente desviantes.

O caso recente de censura homofóbica na Bienal do Livro do Rio de Janeiro pelo híbrido de prefeito e bispo, Marcelo Crivella, apresenta empiricamente a tentativa de desenvolvimento de um pânico moral a partir do qual é possível estudar a cultura contemporânea e os processos de conflito de poder, verdade e representação impregnados no tecido social brasileiro. Ao visitar o evento no dia 05 de setembro de 2019, o chefe do Poder Executivo Municipal teria se escandalizado com um beijo gay nas páginas do romance gráfico da Marvel, *Vingadores, a cruzadas das crianças*, determinando que a obra fosse retirada das prateleiras. Tendo como fundamento legal o artigo 78 do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), Crivella afirmou em um vídeo publicado em seu *Twitter* que “Livros assim precisam estar embalados em plástico preto lacrado e do lado de

fora avisando o conteúdo”, sendo necessário “proteger as crianças” para que elas não tenham “acesso precoce a assuntos que não estão de acordo com as suas idades”.

Elementos apontados por Cohen (1972) para a construção do pânico moral podem ser elencados no caso em questão: sexualidades dissidentes ameaçavam corromper a inocência infantil; a rotulagem de uma essência demonizada à população LGBTQI+, cujas produções culturais e formas de expressão precisavam ser censuradas em defesa dos valores dos “cidadãos de bem”; barricadas foram erguidas por empreendedores morais que, representados fisicamente por fiscais da Secretaria Municipal de Ordem Pública do RJ, percorreram os estandes da Bienal para recolher livros com temas ligados à homossexualidade. Entretanto, seguindo a atualização conceitual proposta por McRobbie (1994b) e Hier (2018), os grupos sociais demonizados revidaram e estabeleceram estratégias de contra-ataque à cruzada moral promovida pelos grupos de pressão conservadores por uma cultura de controle social mais rígida.

Pensando a partir de Hall *et. al.* (1978), identificamos a tentativa de censura como um condutor ideológico para a produção do consenso autoritário em um contexto de crise da hegemonia brasileira. Desta forma, o processo de construção social do pânico moral orquestrado por Crivella nos possibilita uma compreensão mais holística das estratégias promovidas pela aliança entre o neoliberalismo e o neoconservadorismo para o policiamento da crise em questão. Seguindo o

*modus operandi* de episódios contemporâneos de intervenção moral na cultura – *Queermuseu*, a performance *La Bête* no MAM, *golden shower* no Carnaval e, mais recentemente, a ofensiva contra a Ancine e a suspensão de um edital para a TV pública com linha dedicada a produções sobre diversidade de gênero –, o episódio da Bienal procura tornar processos sociais complexos inteligíveis ao senso comum, mobilizando uma estrutura profunda de ansiedade para a imposição de uma agenda conservadora, incluindo a pedofilia, a assim chamada “ideologia de gênero”, a corrupção da inocência infantil e a necessidade de vigilância constante para a proteção das crianças.

No entanto, tendo em vista que a tentativa de amplificação do desvio pelo prefeito Crivella não produziu necessariamente reações de pânico monolíticas no público em geral, o episódio analisado põe em xeque a concepção tipicamente funcionalista da sociologia do desvio articulada por Cohen (1972). Do mesmo modo que a emergência do que pode ser compreendido como um *online firestorm* subverteu o movimento perverso de transformação de um beijo gay em pornografia infantil, impossibilitando que o pânico moral conectasse os interesses do Estado e da sociedade civil a partir dos componentes ideológicos do senso comum, conforme sugerido por Hall et al (1978). O caso em questão faz parte de uma rede complexa de eventos narrativizados e entrelaçados em um fluxo mais amplo de acontecimentos, como o Tribunal de Justiça do RJ que discordou do argumento do prefeito e publicou uma liminar impedindo a prefeitura de apreender livros na Bienal e a ação do youtuber Felipe Neto que

distribuiu gratuitamente mais de 10.000 livros com temáticas LGBTQI+ envolvidos em plástico com um adesivo: “*Este livro é impróprio para pessoas atrasadas, retrógradas e preconceituosas*”.

As representações de episódios de pânico moral como esse são parte da luta por discursos e práticas regulatórias concorrentes. O que temos aqui é o desmonte da narrativa e da ação de censura de Marcelo Crivella por uma forte reação, oriunda sobretudo das redes sociais online, que rejeitam a censura às sexualidades e cobram do bispo-prefeito resoluções para a cidade compatíveis com o seu cargo (manutenção do mobiliário urbano, transporte público, saúde, lazer, incentivo à cultura, limpeza, segurança e ordem urbana). Sendo assim, a estratégia política comum de se lançar um pânico moral, imaginando que a ordem moral estivesse em risco pelo beijo entre dois personagens masculinos no gibi, não foi plenamente aceita. Mais importante, o preconceito contra homossexuais não é mais plenamente aceito. Pelo contrário, o preconceituoso passou a ser visto como um indivíduo problemático para essa nova ordem social moral baseada na retórica do politicamente correto e na aceitação (neo)liberal das diferenças. Crivella, por outro lado, tentava, pela sensação de perda de um valor tradicional básico para o patriarcado (a heterossexualidade como natureza humana e consagração divina), se manter conectado com o eleitorado conservador.

#### **Referências bibliográficas**



## A revisão da noção de pânico moral nos Estudos Culturais: hegemonia, cultura midiática e representação

BECKER, Howard. **Outsiders: studies in the sociology of deviance**. New Your: Free Press, 1966.

COHEN, Stanley. **Folk devils and moral panics: the creation of mods and rockers**. London: MacGibbon and Kee, 1972.

COULDRY, Nick. **Media rituals: a critical approach**. London: Routledge, 2003.

DE YOUNG, Mary. Another look at moral panics: the case of satanic day care centres. **Deviant Behaviour**, v.19, n.3, p.257–75, 1998.

GOFFMAN, Erving. **Estigma**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1975.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere - Volume 1**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1999.

HALL, Stuart. “Deviance, politics and the media”. In: ROCK, Paul; McINTOSH, Mary (eds.). **Deviance and social control**. London: Tavistock, 1974.

\_\_\_\_\_, CRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, John; ROBERTS, Bryan. **Policing the crisis: mugging, the State and law and order**. London: Macmillan, 1978.

\_\_\_\_\_. “The centrality of culture: notes on the cultural revolutions of our time”. In: THOMPSON,

Kenneth (ed.). **Media and cultural regulation**. London: Sage, 1997.

HIER, Sean P. Moral panics and digital-media logic: notes on a changing research agenda. **Crime Media Cultura**, 2018.

JOHNEN, Marius; JUNGBLUT, Marc; ZIEGELE, Marc. The digital outcry: what incites participation behavior in an online firestorm?. **New Media & Society**, v.20, n.9, p.3140-3160, 2017.

McROBBIE, Angela. Folk Devils Fight Back. **New Left Review**, 203, 107-116, 1994a.

\_\_\_\_\_. **Postmodernism and popular culture**. London: Routledge, 1994b.

\_\_\_\_\_; THORNTON, Sarah. Rethinking moral panic for a multi-mediated social world. **British Journal of Sociology**, 46(4): 559–74, 1995.

WATNEY, Simon. **Policing Desire: pornography, AIDS and the media**. Minnesota: Minnessota University Press, 1987.

WEEKS, Jeffrey. Invented moralities. **History workshop**, n.32, p.151-166, 1991.