

Coleção Pensamentos

Utopias e distopias sobre as Relações Públicas

reflexões, possibilidades e resultados
de uma profissão sistêmica

Adriane Geralda Alves do Nascimento César
Simone Antoniacci Tuzzo
(org.)

Vol. 4

Cegraf UFG
Revisão, Editoração e Impressão



Universidade Federal de Goiás

Reitor

Edward Madureira Brasil

Vice-Reitora

Sandramara Matias Chaves

Diretora – FIC

Angelita Pereira de Lima

Vice-Diretor – FIC

Daniel Christino

Coordenadora do Curso de Relações

Públicas – FIC - UFG

Adriane Geralda Alves do

Nascimento Cezar

Vice-Coordenadora do Curso de Relações

Públicas – FIC – UFG

Simone Antoniaci Tuzzo

Diretora do Cegraf UFG

Maria Lucia Kons

Conselho Editorial deste livro

Ana Carolina Rocha Pessoa Temer – UFG

Ana Rita Vidica Fernandes – UFG

Andréa Pereira dos Santos – UFG

Antonio Fausto Neto – Unisinos

Claudemilson Fernandes Braga – UFS

Daniel Christino – UFG

Goiamérico Felício Carneiro dos Santos – UFG

Jairo Ferreira – Unisinos

Janaina Vieira de Paula Jordão – UFG

José Luiz Braga – Unisinos

Luciano Alves Pereira – UFG

Luiz Antonio Signates Freitas – UFG

Magno Luiz Medeiros – UFG

Márcia Perencin Tondato – ESPM

Rosana Maria Ribeiro Borges – UFG

Simone Antoniaci Tuzzo – UFG

Suely Gomes – UFG

Tiago Mainieri de Oliveira – UFG

Coleção Pensamentos

Utopias e distopias sobre as Relações Públicas

reflexões, possibilidades e resultados
de uma profissão sistêmica

Adriane Geralda Alves do Nascimento César
Simone Antoniacci Tuzzo
(org.)

Vol. 4

Cegraf UFG
Revisão, Editoração e Impressão

FIC
FACULDADE DE INFORMÁTICA
E COMUNICAÇÃO



© Cegraf UFG, 2021.
© Adriane Geralda Alves do Nascimento César;
Simone Antoniaci Tuzzo, 2021.

Revisão
Cegraf

Capa e Projeto Gráfico
Allyson Moreira Goes

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
GPT/BC/UFG

U91 Utopias e distopias sobre as Relações Públicas: reflexões, possibilidades e resultados de uma profissão sistêmica [E-book] / organizadoras, Adriane Geralda Alves do Nascimento César, Simone Antoniaci Tuzzo. - Goiânia: Cegraf UFG, 2021. 177 p. (v. 4) : il. - (Coleção Pensamentos).

Inclui referências.

ISBN (E-book): 978-85-495-0365-7

1. Relações públicas. 2. Branding (Marketing). 3. Relações humanas. 4. Mudança social. I. César, Adriane Geralda Alves do Nascimento. II. Tuzzo, Simone Antoniaci.

CDU: 659.4

Bibliotecária responsável: Adriana Pereira de Aguiar / CRB1: 3172



Opinião Pública, crise e formadores de opinião em tempos de Covid-19

Simone Antoniaci Tuzzo¹
Claudomilson Fernandes Braga²

RESUMO

Este capítulo apresenta uma reflexão sobre a formação da opinião pública em tempos de crise e o papel dos formadores de opinião. A crise na saúde pro-

-
- 1 Bacharel em Relações Públicas e Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo. Pós-doutora e Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ. Professora Associada do PPGCOM da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás. E-mail: simonetuzzo@ufg.br.
 - 2 Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas pela Universidade Federal de Goiás. Doutor em Psicologia Social pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás – Puc Goiás. Pós-doutor em Psicologia Social pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro – UERJ. Professor Associado do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Sergipe - UFS. E-mail: cfbraga@academico.ufs.br.

vocada pelo coronavírus, denominado Covid-19, que alterou as relações sociais e relações de trabalho no início de 2020 podem ser estudadas pelas mais diversas ciências, tendo em vista que o impacto causado a partir das questões sanitárias também ecoam na política, na economia, na educação, na cultura, no turismo, entre tantos outros setores que tiveram que se reinventar frente a uma necessidade de isolamento social e que, ao retomarem as suas atividades descobrem um novo normal, porque nada mais será como um dia já foi.

Palavras-Chave: Covid-19; Relações Públicas; formadores de opinião; crise; saúde.

INTRODUÇÃO

No mundo capitalista tornou-se comum ouvirmos falar de algumas crises cíclicas, como a crise econômica, crise financeira, crise do petróleo, crise da bolsa, crises que, de alguma forma podem ter conseqüências apenas locais, mas também podem atingir vários países, independentemente de onde tenham sido iniciadas, tendo em vista a relação de dependência entre as nações em um mundo globalizado.

É triste notar que muitas vezes alguns países nem fazem parte desse processo, pois, ao contrário de outros, estão fora da curva econômica de referência mundial e, de alguma forma, já vivem em uma crise permanente com falta de saneamento básico, saúde de qualidade, higiene, alimentação e moradia, por isso, crises econômicas pouco afetam quem já vive imerso nesse processo de crise ininterrupta e, por isso, nem são mais noticiados.

É comum vermos imagens chocantes de países ricos em crise, mas acharmos que a fome na África é algo normal, por isso, não se configura como uma crise, pois é algo que ocorre desde sempre.

Acostumamos-nos a sentir algum grau de perplexidade diante de uma situação de anormalidade com muita seletividade afetiva e, assim, nos acomodamos diante de imagens que julgamos comuns, mesmo quando dizem

respeito a uma tragédia humana, mas nos horrorizamos diante de uma cena que se passa diante de um cartão postal emblemático.

Mas isso é histórico e é desde sempre. Os poetas conseguem traduzir esse comportamento a partir de poucas palavras, como é próprio dos poetas e, assim, vemos esse viver humano na maestria dos versos “Declaração de Diferença” de Fernando Pessoa:

Semelhantermente não nos interessam as grandes convulsões, como a guerra e as crises dos países. Enquanto não entram por nossa casa, nada nos importa a que portas batem. Isto, que parece que se apóia num grande desprezo pelos outros, realmente tem apenas por base o nosso apreço cético por nós-próprios. (Pessoa, 1982, p. 260).

Isso posto, o que este capítulo sugere é que para que possamos construir um pensamento crítico sobre as bases da opinião pública - formadores de opinião - crise, é importante destacarmos, primeiramente, o local de fala. A qual opinião, de quais pessoas influentes ou sobre qual crise estamos nos referindo.

Para uma contextualização histórica, este texto foi produzido no primeiro quadrimestre de 2020, em meio a uma pandemia, a crise mundial de saúde causada pelo coronavírus, denominado de Covid-19, que abalou o mundo, colocou as pessoas confinadas, ressignificou as ideias de controle de saúde, importância de vacinas, investimento em pesquisas e cuidados com a população que se viu, de um dia para o outro, obrigada a se manter em um isolamento social. Em muitos países do mundo um confinamento drástico, com fechamento de todos os estabelecimentos comerciais, educacionais, industriais e sociais que tiraram as pessoas de circulação e permitiram somente o funcionamento de setores essenciais à sobrevivência diante de um iminente risco de morte.

Isso fez com que inúmeros eventos e megaeventos sociais, esportivos, acadêmicos, turísticos fossem cancelados ou adiados. Eventos sociais como festas de casamento, aniversário, bodas, bem como atividades escolares de todos os níveis e laborais de toda espécie.

O século XXI, dominado pelos nascidos na geração virtual, se viu confinado não porque os jogos eletrônicos são mais interessantes do que as idas aos clubes, mas porque a ficção se tornou realidade e o mundo parou. A ilusão criada por filmes hollywoodianos de que nos anos 2000 estaríamos nos tele transportando, viajando em carros que flutuam ou abastecendo nossas prateleiras com pílulas que se transformam em refeições dentro do forno microondas se encontrou impotente diante de um vírus que causa muita dúvida e discussão sobre sua origem.

O mundo mais preocupado com armas de fogo e proteção contra guerras deparou-se com um inimigo invisível, que não se combate com armas, mas com pesquisa, estudos, cientistas e inteligências vindas de laboratórios, universidades e hospitais.

A origem do vírus ainda é uma incógnita, mas, a mais plausível até o momento, é que seja a mutação de um vírus vindo do morcego. Apesar de já se ter a exata noção de que o novo coronavírus é uma mutação do coronavírus que outrora assolou países asiáticos de epidemias localizadas como a gripe H1N1 e a SARS, isso ainda está em estudos e já tem causado muita discussão entre países que acusam a China de ter proliferado a doença, tendo em vista ter sido lá a descoberta do primeiro caso e sua expansão para o mundo. Isso é também um grande problema, que pode desencadear uma crise diplomática.

Assim, fica claro que estamos falando de uma crise de saúde, certo? Sim, mas além. Uma crise que tem seu início na área da saúde, mas que afeta outras áreas, em especial, a economia, sobretudo, o turismo, o petróleo, os eventos, isso só para falar de alguns que, certamente, causam impactos em outros como a moda, o consumo, a educação. Todos com desdobramentos que estamos verificando no gerúndio, pois a crise está acontecendo, e ninguém sabe ao certo até onde caminhará. No Brasil, gerou também uma crise política, com a queda do ministro da saúde em plena pandemia, tendo em vista que as questões econômicas tendem a falar mais alto mesmo em um momento de catástrofe de inimagináveis proporções.

Analistas de toda ordem, social, política, sanitária, arriscam palpites com bases em crises passadas, mas cada momento social possui suas particularidades e seus caprichos e diante da crise da Covid-19 tudo é incerto e não conclusivo, fazendo com que a opinião pública seja dividida, a mídia assuma uma

importância diante dos demais organismos sociais para colocar a comunicação ao lado da saúde e da segurança como tripé de linha de frente para os demais setores que se viram obrigados a modificar suas formas de atuação.

Álcool em gel, uso de máscaras, limpeza de toda ordem, confinamento, reclusão e medo! Acima de tudo a pandemia causa medo de várias ordens, medo de desabastecimentos, medo de superlotação nos hospitais, medo de perder o emprego, medo de não ter dinheiro para as contas no final do mês, medo de ver as reservas financeiras despencarem em valores com a queda da bolsa ou com o aumento do Euro e do dólar, medo da morte. São medos, todos passam a ter medo, mas nem todos possuem o mesmo medo, porque nem todos estão no mesmo barco apesar de estarem todos na mesma tempestade. Alguns cruzam a tempestade em iates, outros, em botes. Por isso mesmo, as opiniões, as necessidades e a crise não é a mesma para todos, mas há crise em todas as classes sociais, em todas as idades, em todas as formas sociais, em todos os países. O que muda é a forma e a proporção. Por isso mesmo, ações desenvolvidas em um determinado país devem servir de exemplo e aprendizado, mas cada país precisa de um plano de crise, um gerenciamento com um comitê capacitado e um líder que tenha a visão sistêmica.

Assim, este texto também faz uma reflexão sobre os formadores de opinião que muitas vezes acalmam, mas muitas vezes causam o caos diante de um momento tenso e incerto. Há formadores na área da economia, na área da saúde, na área da comunicação e na área política. Mas também há formadores de opinião nas mais variadas áreas, sobretudo em um momento onde as redes sociais ganham força na difusão de opiniões. Nem todas as opiniões são úteis, tampouco válidas, mas elas estão postas e há também a crise de opinião, em sociedades onde a opinião, muitas vezes, passa a figurar como algo acima da informação. Neste processo, a escolaridade e a educação formal, itens constitutivos da formação da opinião, também se mostram deficitárias em muitos momentos, fazendo-nos refletir sobre a sua fundamental importância.

Ao discutir a relação entre opinião pública - formadores de opinião - crise, a pandemia nos sugere que ela passará, mas que a sociedade deverá se revelar diferente após a retomada das atividades. Muitos afirmam querer a volta da vida normal, mas sabemos que não há volta, a vida segue e, de qual forma seguirá após esse aprendizado também é algo a ser explorado neste trabalho.

COVID-19

Em fevereiro de 2020 a OMS - Organização Mundial da Saúde passou a denominar uma doença desconhecida, vinda do coronavírus de Covid-19. O nome é uma junção das primeiras sílabas das palavras COronaVIrus Disease (doença do coronavírus) e 19 faz referência ao ano em que foi descoberto, 2019, na China, com os primeiros casos na cidade de Wuhan. Mas nem a China, tampouco Wuhan fazem parte da denominação do vírus. Isso porque a OMS faz questão de deixar claro que a doença não está ligada ao País.

A importância dessa nomenclatura científica pode ser compreendida se nos voltarmos para a pandemia de 1918-1919, quando o mundo tomou conhecimento de um vírus que matou 50 milhões de pessoas (algumas estatísticas falam do dobro de mortes, ou seja, 100 milhões), que ficou conhecido como gripe espanhola. Apesar de não ter surgido na Espanha, o surto aproveitou-se da primeira guerra mundial e espalhou-se pelo mundo. Tratava-se do vírus influenza que foi divulgado pela imprensa espanhola e rapidamente propagado como a gripe que veio da Espanha, sendo, ainda hoje, conhecido como gripe espanhola, apesar de sabermos que não teve lá a sua origem.

Para evitar, também, a confusão e estigmatização de qualquer grupo ou País, a Organização Mundial da Saúde (OMS) denomina o vírus com um nome oficial, catalogado e que deverá ser adotado pela comunicação de todos os Países, além disso, também tem a função de não ser confundido com outras doenças.

A princípio o Comitê Internacional de Taxonomia de Vírus designou o vírus como SARS-CoV-2. No dia 31 de dezembro de 2019 ele foi relatado à OMS que passou a buscar um nome que não fizesse alusão a uma localização geográfica, um animal, um indivíduo ou grupo de pessoas, e que também fosse pronunciável e relacionado à doença. Assim, COVID-19 foi o nome escolhido e que servirá de padrão para futuros surtos de coronavírus caso eles venham a acontecer.

CRISE

Segundo o dicionário Michaelis, várias são as significações da palavra crise, pois, a partir de sua aplicabilidade ela corresponde a uma definição. Para o assunto deste capítulo, importante sabermos o seu sentido quando re-

lacionado a uma crise social, tendo em vista que o Covid-19 gerou uma crise inicial na área da saúde, mas com consequências em diversos âmbitos, que aqui descreveremos pela crise social:

Processo de uma ruptura conjuntural ou estrutural no funcionamento e na organização de uma sociedade, com a concomitante perturbação das normas e dos padrões que regem essa sociedade e a introdução de importantes mudanças nos setores cultural e religioso, podendo, inclusive, afetar o ordenamento socioeconômico, as relações sociais de produção, a estrutura da família etc., o que exige do sistema político o enfrentamento de novos questionamentos e novas necessidades. (MICHAELIS, 2015, s/p).

A partir da definição da palavra crise pelo dicionário, com relação à sociedade, podemos constatar que a Covid-19 atingiu proporções que contemplam a instabilidade em todos os setores da coletividade.

Uma crise tem por teoria também causar uma ruptura de equilíbrio, por isso é tão comum as pessoas desejarem a volta da normalidade após a descoberta e as novas realidades impostas pelo isolamento social, distanciamento, medo, pânico, reclusão, causados pela Covid-19. O que deve ser pensado é que após um grande impacto como este, muito dificilmente a sociedade poderá voltar a ser como era, pois pressupõe-se um aprendizado e uma nova ordem social.

Nada na sociedade se inicia como crise, nos primeiros momentos o que temos é um problema, um conflito, uma situação de anormalidade que precisará ser resolvida antes que vire uma crise.

Na saúde isso também é real, pois quando é possível assumir o controle e mudar a rota, interrompe-se o processo de avanço e consegue-se a normalidade. Contudo, muitas vezes, e no caso do vírus da Covid-19 isso ficou muito claro, as decisões políticas necessárias para que a anormalidade de saúde não se torne uma crise tem forte impacto na economia, muitas vezes mais sensível que o organismo humano para os políticos que vêem na economia toda questão política.

Isso gera um novo processo chamado de conflito. Neste ponto, as Relações Públicas são acionadas diretamente, pois faz parte das atividades da profissão/profissionais o trabalho de gerenciamento de conflito e de crises.

Primeiramente desenvolvendo um plano estratégico dentro de uma organização para que a crise não ocorra, mas, em acontecendo, uma estratégia de ações que minimizem seus efeitos, quer seja em uma organização de primeiro, segundo, terceiro setor, pública ou privada.

Baseamos-nos em Simões que define a atuação de Relações públicas diante dos conflitos e das crises analisando o processo a partir de alguns eixos:

No que se refere ao problema da inexistência de uma rede teórica para que a atividade de Relações Públicas venha a compreender, prever e controlar o processo de relação de poder que ocorre no sistema organização - públicos. Identificando como funções organizacionais: financeira, marketing, pesquisa e desenvolvimento, recursos humanos, administração geral e política. Diz que a função política compreende a filosofia, as políticas, as normas e as atividades organizacionais que visem a cooperação no sistema. Esta função pode disfuncionalizar-se, gerando o conflito que está em estado iminente. Estabelece como objetivo da atividade a cooperação. Considera a dialética conflito/cooperação como o objeto formal, enquanto que o sistema organização - públicos caracteriza-se como o objeto material. Em face desta ótica, posiciona a Comunicação como meio e a Informação como matéria-prima. Classifica os instrumentos de informação em: de entrada, de saída e misto. Finaliza, falando sobre a Ética, expressa pelas ações legítimas da organização e a Estética da atividade pelas ações bem pensadas, planejadas e executadas. (SIMÕES, 2005, p. 169-170).

No que tange, essencialmente, as ações governamentais que impactam diretamente na saúde pública, cerne das questões sociais provocadas pela Covid-19, podemos considerar que a relação das ações e atividades deveriam estar associadas a um trabalho de Relações Públicas capaz de minimizar as dúvidas e os impactos das declarações advindas, principalmente do governo federal. Consideramos o cenário internacional, mas, destacamos o trabalho no cenário nacional, quando conseguimos assistir uma proliferação de informações desen-

contradas, contraditórias, incompletas, capazes de confundir a população de um país composto por mais de cinquenta por cento de analfabetos funcionais, ou seja, no Brasil, mais da metade da população é incapaz de interpretar um texto simples, sendo, por associação, incapaz também de interpretar informações que não estejam claras e explicadas para que resultem em ação.

Assim, nos baseamos em Praga (2015) cujo poema intitulado “A Crise” sintetiza o momento social vivido no Brasil que, diante de uma divisão política que privilegia a economia acima da saúde, expressa de forma concisa, como é próprio da poesia, o sentimento dos brasileiros.

O pânico chegou às avenidas, não mais que um *déjà vu*, já vi,
uma reprise, que veio pra mudar as nossas vidas, mas os que
teimam temem sempre a crise.

Então, em reações surrealistas, culpando as minorias oprimidas,
surgirão mil profetas fatalistas e uma legião de suicidas.

Pessoas perderão os seus empregos e o mercado, coitado, temo
que não suporte, porque no triste mundo dos apegos, deixar de
possuir já é a morte. (PRAGA, 2015).

A prioridade econômica em detrimento da saúde se manifesta diretamente nos hábitos de consumo que, para muitos brasileiros, está acima das aquisições necessárias, colocando o supérfluo como item básico e, em momentos de confinamento e reclusão, geram outros tipos de crise como a ansiedade, a frustração, o descontrole psicológico.

Por isso, a comunicação é fundamental não somente porque informa as diretrizes de comportamento ditadas pelos órgãos competentes para cuidar da população, mas redirecionam os assuntos para o que importa, neste caso a vida.

A comunicação em um momento de crise deve estar pautada em um plano capaz de contemplar todas as esferas impactadas. Assim, um plano de crise prevê uma relação com a mídia e os diversos públicos de forma eficiente evitando o descontrole e os improvisos, mas, para isso, importante destacar que o plano de crise deve ser escrito muito antes de uma crise acontecer, devem ser testados,

avaliados e adaptados quando da realidade de uma crise. A chance de um plano de crise formulado durante a crise conter erros é muito grande porque a urgência nas tomadas de decisão se sobrepõe ao pensamento racional.

Por outro lado, a comunicação deve acontecer em tempo real e a agilidade é fundamental. A resposta para a mídia e os públicos de interesse deve ser rápida. A mídia, em especial, tem por princípio encontrar na crise a pauta de sua agenda, por isso, a informação clara evita interpretações que podem se transformar em espetáculos midiáticos. No momento da crise, a mídia deve ser encarada como uma aliada, e não como uma inimiga.

Mas esse também é um elo que não pode ser estabelecido somente durante uma crise, pois uma relação de confiança, parceria e transparência é algo que se conquista em momentos de normalidade para que, em uma crise, isso não seja mais um problema a ser resolvido.

Na crise é fundamental que todos os públicos sejam identificados e que a comunicação contemple-os respeitando as suas diversidades, por isso não existe uma só comunicação, mas sim a adaptação da mensagem para atingir públicos distintos, com necessidades específicas. Tuzzo (2016, p. 87) trabalha com o tripé público, veículo e linguagem, afirmando que “Uma comunicação eficaz só é possível a partir do conhecimento e análise do público, da escolha adequada do veículo que será utilizado para se alcançar este público e a linguagem correta considerando o público e o meio escolhido”.

Isso posto, é importante considerar que as pessoas possuem papéis diferentes durante uma crise. Na pandemia do Covid-19, os primeiros meses de 2020 foram incertos e surpreendentes, quando ninguém sabia o que de fato estava acontecendo, profissionais da saúde foram pegos de surpresa tendo que lidar com uma doença desconhecida. A sociedade também não sabia como se comportar diante de um risco iminente de contaminação e morte.

A primeira crise, portanto, foi a crise da falta de informação, quando a incerteza da continuidade de fornecimento nos supermercados gerou uma corrida por abastecimento de alimentos, compra de produtos como máscaras e álcool. O que pôde ser verificado foi uma tentativa de se proteger a partir de algumas informações que eram passadas a cada descoberta e, por serem pontuais, sem uma possibilidade de conhecimento do todo, as pessoas foram tendo reações sem planejamento, como um processo de sobrevivência diante do desconhecido.

O que se tinha como base eram os exemplos de outros países que muitos, sobretudo os governantes nacionais, custaram a acreditar que poderia se repetir no Brasil e, por isso, demoraram a tomar decisões para um país de proporções continentais como o Brasil. Em muitos países as medidas de proteção contra o vírus da Covid-19 iniciou-se tardiamente. A maior parte da população começou a ver pela televisão uma sequência de mortes na China, como se isso não pudesse atingir outros países, como se fosse algo isolado e com consequências somente naquele país.

Assim, governadores dos Estados e até prefeitos de diversas cidades brasileiras assumiram o controle e as medidas de isolamento, restrições de circulação e fechamento de estabelecimentos de toda ordem, mas o movimento não se deu de forma equânime.

De alguma forma, assistir a vida pela TV faz com que a tela seja uma proteção, as pessoas são blindadas pelas imagens que, apesar de reais, estão distantes, como um espetáculo de reality show, que mesmo sendo real, é uma realidade fabricada, um show midiático, incapaz de ultrapassar a tela da televisão ou do computador. Souza (2008, p. 13), afirma que “o jornalismo é uma representação discursiva da vida humana na sua diversidade de vivências e ideais”. Por outras palavras, o jornalismo é uma representação discursiva de acontecimentos e pensamentos da vida cotidiana, construída para se contar ou mostrar a vida de uns para os outros. Nesta lógica, Temer (2014, p. 71) ainda atesta que ao representar o mundo “o jornalismo altera a própria percepção do mundo e influencia a maneira como o indivíduo organiza o ambiente social e a sua inserção dentro deste ambiente [...] os novos parâmetros de realidade/representação fornecidos pelo jornalismo passam a fundamentar as ações individuais e coletivas.”

O mundo já viveu outras crises, algumas emblemáticas como a crise econômica de 1929, quando, com o final da primeira guerra e uma Europa destruída, os Estados Unidos tinham os europeus como grandes consumidores de seus produtos. Contudo, a Europa foi se reerguendo, cada vez mais consumindo produtos do continente Europeu e os Estados Unidos se viu em uma crise de superprodução sem ter para quem vender. Como consequência, teve que lidar com altas taxas de desemprego, crescimento da pobreza e quebra da bolsa de valores. Mas o mais importante é saber que diante dessa situação a

maior crise foi a do liberalismo, regime que defende o estado mínimo, com a mínima interferência do Estado na economia e defendendo que o mercado se ajusta conforme a lei de oferta e de demanda. Mas o que se presenciou foi um mercado incapaz de se auto regular. Assim, Para que o País pudesse voltar ao equilíbrio, foram necessárias medidas de estímulos à economia feitos pelo Estado e também um projeto de programas assistenciais.

A crise mundial de 2008, também iniciada nos Estados Unidos foi principalmente pautada na bolha imobiliária, quando juros baixos fizeram com que muitos solicitassem empréstimos para compra de imóveis, mas a inflação no país foi aumentando e fez com que grande parte das pessoas que possuíam dívidas não fosse capaz de pagar seus financiamentos. Em consequência, houve uma desvalorização dos imóveis e a negociação dos imóveis com os bancos que, sob um efeito dominó, entraram em colapso. Mais uma vez o Estado teve que interferir.

Durante uma crise econômica há um impacto no consumo, que leva a uma queda nos lucros das empresas, demissão de funcionários, aumento do desemprego, e diminuição no consumo. Ou seja, é um processo cíclico que só poderá ser interrompido se houver uma atuação das políticas econômicas e um estímulo à economia. No geral, com projetos de programas sociais. No Brasil, há muitos anos se discute a renda mínima, defendida por parte da população e criticada por outros.

A crise provocada pela Covid-19 tem seu início na saúde, mas tem forte impacto na política e na economia, gerando uma crise econômica. Dubar afirma que:

Uma crise econômica não é apenas a passagem de um momento do ciclo econômico a outro, mas também a invenção de novas maneiras de viver em conjunto no mundo, as quais não sejam mais simplesmente guiadas pelas instituições, mas também construídas pelas interações criativas de militantes e vítimas de crises, em torno das questões de reconhecimento mútuo. (DUBAR, 2011, p. 184).

Com as crises econômica e social desencadeadas pelo Covid-19, a sociedade em geral e os políticos em particular, deverão retomar as discussões sobre

os projetos sociais, assistência às famílias e pessoas carentes, renda mínima, enfim, projetos que já deveriam estar resolvidos para que a crise de 2020 não tivesse o impacto negativo que se desenha, pois, mais uma vez, e da mesma forma que a gestão de crise pressupõe a existência de um plano de crise, os projetos financeiros também devem ser pensados e planejados contemplando situações de normalidade, mas também, situações de anormalidade social.

Uma crise global deveria se transformar em um momento de reflexão e quebra de paradigmas, pois, o que se vê é uma reinvenção do mundo do trabalho e do mundo social, com pessoas que percebem que aquilo que era feito de determinada forma, pode, com muita qualidade ser feito de uma maneira diferente. Mas para isso, é importante salientar algumas vozes de sustentação desses novos modelos.

OPINIÃO PÚBLICA E FORMADORES DE OPINIÃO

A crise que baliza este capítulo tem início na pandemia mundial do Covid-19, mas pode ser trabalhada a partir de vários prismas e com vários objetivos, dos quais salvar vidas, que deveria ser o principal, o mais importante e o inquestionável, se coloca ladeado pelo prisma dos interesses econômicos e políticos, próprio de outro eixo de sustentação desse processo que é o papel dos formadores de opinião diante de situações de crise, pois é, a partir das convicções do líder que as prioridades serão traçadas, comunicadas e executadas. A confusão de vozes que conversam com os públicos pode ser entendida como uma desorganização e descrédito para com o acontecimento, mas, sobretudo, uma desorganização e um descrédito para o líder de opinião.

As transformações sociais estão intimamente atreladas à complexidade na formação da opinião dos diversos públicos. A comunicação possui a responsabilidade de dar respostas e ser eficiente diante dos novos cenários, e também de formar a imagem e os conceitos relacionados aos diversos públicos que compõem uma sociedade.

Quando falamos de opinião pública, na verdade estamos falando de um grupo social que consegue pensar e manifestar sua opinião sobre coisas, relações, circunstâncias, pessoas, fatos, questões, instituições, exercendo uma

função de mecanismo-guia, que estabelece os contornos daquilo que é possível para a sociedade. Kunsch destaca a opinião pública da seguinte forma:

A organização social deve identificar-se perante a opinião pública, cabendo às relações públicas, por meio de um planejamento fundamentado em pesquisas e na análise ambiental, ajudar a definir os melhores caminhos para que ela atinja mais eficazmente os diversos públicos, graças a ações perfeitamente integradas do composto da comunicação. Neste composto da comunicação, um importante papel reservado às relações públicas é o de gerenciar ou administrar questões controvertidas que envolvem o posicionamento da organização perante os públicos e a opinião pública. (KUNSCH, 1986, p. 133).

Contudo, observamos que no processo de comunicação da Covid-19 no Brasil, existiu uma sequência de questões controvertidas lideradas, principalmente, pelo líder da nação, que faz uso das redes sociais, com produções próprias, muitas vezes sem a necessária elaboração de uma assessoria de comunicação e adequação de sua linguagem para os diversos públicos.

As coletivas de imprensa ora são programadas, ora são feitas de forma espontânea, em momentos de aparição pública do presidente da república que preferiu se manifestar pessoalmente sobre o assunto, muitas vezes causando grandes conflitos ao expressar opiniões sobre a política e a segurança de forma mais contundente do que sobre a saúde.

De forma não sistematizada, as informações podem gerar uma confusão na formação da opinião pública, como nos lembra Luhmann, que faz uma crítica ao conceito clássico da opinião pública, apresentando a ideia da tematização, colocando que:

A opinião pública deve ser concebida como estrutura temática da comunicação pública, fundada no fato de que, perante o número ilimitado de temas que podem ser veiculados pela comunicação, a atenção do público só pode se manifestar de forma limitada; não deve ser concebida causalmente como efei-

to produzido ou continuamente operante; antes deve ser concebida funcionalmente, como instrumento auxiliar de seleção realizada de uma forma contingente. A opinião pública não consiste na generalização do conteúdo das opiniões individuais através das fórmulas gerais, aceitáveis por todo aquele que faça uso da razão, mas sim na adaptação da estrutura dos temas do processo de comunicação atrelada às necessidades de decisão da sociedade e do seu sistema. (LUHMANN, 1978, p. 97-8).

Tuzzo (2005, 2016) corrobora, explicando que a formação da opinião pública se faz a partir de eixos da sociedade que podem ter expressão e manifestação de opinião. A partir de líderes de opinião determinados pensamentos são conhecidos e divulgados, fazendo com que outras pessoas passem a considerar aquela opinião como válida. Para a autora, ninguém muda a opinião do outro, apenas gera uma nova concepção, que poderá modificar a anterior. Assim, gerar uma opinião depende da imagem que se consegue passar. Para tudo aquilo que se pode ter uma opinião, pode se ter uma imagem e um formador de opinião que trabalhe neste processo. Textualmente, Tuzzo afirma que:

Assim, opinião pública é a representação de opiniões individuais, a partir de grupos distintos. Não é a expressão da massa, mas de públicos. O termo público de opinião pública está muito mais voltado para o caráter de publicização, ou seja, a expressão daqueles que podem ter expressão social para seus interlocutores, quer estando na mídia ou não, mas sempre considerando o alcance de voz que a mídia possui em detrimento dos pequenos alcances de outros organismos sociais. (TUZZO, 2016, p. 75).

Prada (1995, p. 71) completa:

É o resultado de opiniões individuais sobre os assuntos de interesse comum que se origina nas diferentes formas de comunicação humana, primeiramente através de processos individuais, posteriormente, em processos coletivos, em diferentes graus, segundo a natureza das informações compartilhadas pelos indivíduos, às vezes influenciada pelos interesses particulares de grupos afetados. (1995, p. 127).

Assim, num mundo permeado por informação, as pessoas podem criar suas opiniões a partir de seus próprios conceitos ou de conceitos expressados por outras pessoas. Não qualquer pessoa, mas sim os formadores de opinião, distintos para cada grupo, para cada público, pois cada pessoa pode ter um ou mais líderes que opta por seguir, pessoas com um grau de influência e de persuasão adquiridos pelas mais variadas formas e cujas concepções possuem o poder de influência.

Assim posto, diante de uma pandemia a sociedade espera que haja uma liderança cujos discursos sejam precisos, coesos, assertivos e com credibilidade suficiente para que os liderados possam se guiar sobre as ações que devem desempenhar diante do cenário. É importante salientar que nem todos possuem a mesma função diante de uma pandemia. Uns devem cumprir um prazo de isolamento social para evitar a propagação desenfreada do vírus, enquanto outros devem intensificar seus trabalhos garantindo a manutenção dos abastecimentos e cuidados para aqueles que não podem sair de suas casas.

Profissionais da saúde, transporte, segurança, supermercados, higiene, farmácias, são alguns dos exemplos de serviços essenciais. Os demais devem aguardar as determinações do líder da crise, para saber como devem se comportar e contribuir com o fim da pandemia.

No Brasil, juntamente com a crise da saúde, em abril de 2020 foi iniciada uma crise na segurança e na justiça com trocas de ministros, e também com a troca do ministro da saúde. Assim, as falas passaram a ter focos diversos, a pauta da mídia passou a ser dividida, as lideranças de opinião foram substituídas e o país teve que lidar com outras crises em paralelo.

Com isso, governadores de Estados da Federação passaram a assumir o controle de situações que deveriam seguir um protocolo nacional, mas que, diante das indefinições, atrasos e incoerências dos discursos, tiveram que ser substituídas por outras lideranças para públicos locais.

A opinião pública se viu absolutamente dividida, com ataques de toda ordem nas mídias sociais que repercutiram nas mídias hegemônicas e na mídia internacional. A própria Organização Mundial da Saúde por inúmeras vezes citou a crise brasileira e as dificuldades em lidar com a crise da saúde.

Tuzzo (2020) afirma que o líder é um facilitador das relações de trabalho, tornando-se um Gestor de Pessoas. Lideranças não são conquistadas por

decretos ou portarias, mas por ações, sentimentos e confiança. Chefes têm subordinados, líderes tem seguidores. Os líderes são corajosos, humildes, e íntegros moral e emocionalmente. Ser íntegro é sentir, pensar, agir e falar da mesma forma. Um dia os apóstolos perguntaram a Jesus Cristo como seriam os falsos profetas e Ele respondeu que eles fariam discursos maravilhosos e convenceriam multidões. Confusos, os apóstolos afirmaram que essas eram características dos bons profetas. E Jesus Respondeu: - Dos falsos também. Em pânico os apóstolos perguntaram como poderiam distinguí-los? E Jesus respondeu: - Pelos frutos, pelos frutos os conhecereis.

Esses frutos ainda não estão maduros e veremos as consequências das ações dos líderes de opinião do Brasil diante da Covid-19 somente em outros momentos sociais, lá na frente, no futuro e só então saberemos quem foram os nossos líderes e o que eles fizeram com o presente do país que começou a ser construído lá no passado, nos primeiros meses de 2020.

CONCLUSÃO

Este capítulo buscou apresentar uma reflexão sobre a formação da opinião pública em tempos de crise e o papel dos formadores de opinião. A crise na saúde provocada pelo coronavírus alterou as relações sociais e relações de trabalho no início de 2020 e certamente inaugurou novas formas de pertencimento e relacionamento ainda inimagináveis.

Uma das características desta pandemia é a necessidade de reaprendermos os conceitos antes tidos como intocáveis. As quebras de paradigmas, a própria reestruturação do mundo em termos de alianças políticas e sociais, fazem-nos ver que a vida pode ser diferente e que a forma que conhecemos e desenvolvemos até hoje para aprender, trabalhar, estudar, rezar, praticar esportes, comer, comprar, tudo, enfim, pode ser feito de outra maneira.

O que está ocorrendo no mundo nos primeiros meses de 2020 poderá ser estudado pelas mais diversas ciências, tendo em vista que o impacto causado a partir das questões sanitárias também ecoam na política, na economia, na educação, na cultura, no turismo, entre tantos outros setores que tiveram que se reinventar frente a uma necessidade de isolamento social e que, ao retomarem as suas atividades descubrem um novo normal, porque nada mais será como um dia já foi.

Restaurantes no sistema de serviço por quilo, buffet de café da manhã nos restaurantes, cinema, teatro, feiras livres, mega shows, academias, transportes coletivos, elevadores, tudo enfim deverá ser revisitado com o olhar de cuidado, de higienização e de utilização diferentes, capaz de contemplar a praticidade mas colocar a segurança com a higiene como algo ainda mais presente.

No tocante ao binômio “opinião pública”, foi analisada a forma como este é apresentado, considerando que diferentemente de uma ilusória opinião pública representando a massa, o que temos é a existência de uma opinião manifestada, que pode ser exposta publicamente porque possui formas de propagação social, principalmente em uma sociedade balizada pelas mídias sociais em disputa com as mídias tradicionais.

Além da opinião manifestada, trabalhamos com a ideia de Tuzzo (2004) da contra-opinião pública, fruto da existência de inúmeros grupos sociais que, apesar de conseguirem se articular e trabalhar sobre ideias de interesse da sociedade, não conseguem expor suas propostas para toda a sociedade, quer seja por não fazerem parte da política vigente, quer seja por não despertarem o interesse da mídia.

Esses grupos acabam criando uma sociedade periférica de pessoas que não podem ser tratadas como revolucionárias, sem importância. O maior exemplo neste processo de cuidados com a Covid-19 são os cientistas que muitas vezes não conseguem expor seus trabalhos e suas descobertas na área científica ou tecnológica. Muitas vezes essas pesquisas ou invenções poderiam até transformar o próprio caminhar da sociedade, mas não chegam a ser conhecidas, da mesma forma que as falas desses especialistas nem sempre estão acessíveis à toda sociedade, restringindo-se àqueles que possuem tecnologia e bagagem intelectual de compreensão.

Ao discutir a relação entre opinião pública - formadores de opinião - crise, a pandemia nos sugere que ela passará, mas que a sociedade deverá se revelar diferente após a retomada das atividades. Muitos afirmam querer a volta da vida normal, mas sabemos que não há volta, a vida segue e, de qual forma seguirá após esse aprendizado também é algo que deixaremos como questão neste trabalho. Assim, voltaremos ao normal da forma que conhecíamos? Não! Ele não existe mais. Seguiremos e por isso não podemos encontrar o normal que conhecíamos, mas sim, cabe a todos nós preparar o novo normal desde já.

Importante destacar que as Relações Públicas, atuantes na sociedade mutante também deverá se reinventar e se, ao longo dos tempos já ampliou suas atividades para além das organizações, com trabalhos para celebridades e profissionais liberais, certamente viverá uma nova realidade com a reorganização do trabalho, das organizações e das novas tecnologias.

Importante acompanhar os avanços, mas mais importante é antecipar o que virá. As Relações Públicas que com maestria antecipam as crises, e com o planejamento estratégico pensam os caminhos para seus assessorados, deverá pensar em seu principal planejamento hoje, ou seja, uma reinvenção da própria profissão diante de um mundo mutante e com necessidades inovadoras, para uma sociedade inovadora, com pessoas que sempre são diferentes!

REFERÊNCIAS

DUBAR, Claude. Entre crise global e crises ordinárias: a crise das identidades. *PLURAL, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP*, São Paulo, v. 18.1, 2011, p. 175-184.

KUNSCH, Margarida Maria K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 1986.

LUHMANN, N. **Strato di diritto e sistema sociale**. Nápoles: Guida, 1978.

Michaelis Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. Melhoramentos, 2015. Versão digital. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/crise/>>. Acesso em: 28 Abr. 2020.

PRADA, Raúl Rivadeneira. **La opinión pública: análisis estructura y métodos para su estudio**. México: Trillas, 1995.

PRAGA, Luis Fernando. **A crise: um poema de abrir os olhos**. 2015. Disponível em: <<https://cartacampinas.com.br/2015/07/a-crise-um-poema-de-abrir-os-olhos/>>. Acesso em: 24 Abr. 2020.

PESSOA, Fernando. Declaração de diferença. In: **Livro do Desassossego**. Composto por Bernardo Soares. Brasiliense, São Paulo: 1986.

SIMÕES, Roberto Porto. Por uma rede teórica para relações públicas - uma forma abreviada da teoria. In: **Aspectos Globales de las Relaciones Públicas**. 2005. Pg. 169-170. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4619141/>. Acesso em 28 Abr. 2020.

SOUZA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no ocidente**. In. SOUZA, Jorge Pedro (org.). *Jornalismo, história, teoria e metodologia da pesquisa: Perspectivas luso-brasileiras*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008. p. 12-93.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **Flertando com o caos: comunicação, jornalismo e televisão**. Livro 3 da Coleção Rupturas Metodológicas para uma Leitura Crítica da Mídia. Goiânia: FIC/UFG, 2014.

TUZZO, Simone Antoniaci. **Deslumbramento Coletivo: Opinião Pública, Mídia e Universidade**. São Paulo: Annablume, 2004.

TUZZO, Simone Antoniaci. **Os sentidos do impresso**. Livro 5 da Coleção Rupturas Metodológicas para uma Leitura Crítica da Mídia. Goiânia: Gráfica UFG, 2016.

TUZZO, Simone Antoniaci. Líder ou Chefe? Uma nação que se divide frente às dúvidas de liderança na Covid-19. 16 Abr. 2020. Disponível em: <<http://ptjrp.blogspot.com/2020/04/lider-ou-chefe-uma-nacao-que-se-divide.html>>. Acesso em: 01 maio 2020.