



UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE ALAGOAS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS – UFAL  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES – ICHCA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

ALEXANDRA BYANCA BRAZ LINS

A PERCEPÇÃO DOS ALAGOANOS SOBRE A CRISE DE SAÚDE  
[COMUNICAÇÃO] PÚBLICA NO BRASIL: O CASO DA PANDEMIA DA COVID-19

MACEIÓ – AL  
2023

ALEXANDRA BYANCA BRAZ LINS

**A PERCEPÇÃO DOS ALAGOANOS SOBRE A CRISE DE SAÚDE  
[COMUNICAÇÃO] PÚBLICA NO BRASIL: O CASO DA PANDEMIA DA COVID-19**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Universidade Federal de Alagoas, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas.

Orientadora: Profa. Dra. Emanuelle Gonçalves Brandão Rodrigues.

Maceió – AL

2023

**Catálogo na Fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

L759p Lins, Alexandra Byanca Braz.  
A percepção dos alagoanos sobre a crise de saúde [comunicação] pública no Brasil : o caso da pandemia da COVID-19 / Alexandra Byanca Braz Lins. – 2023.  
99 f. : il.

Orientadora: Emanuelle Gonçalves Brandão Rodrigues.  
Monografia (Trabalho de Conclusão do Curso em Relações Públicas) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências, História, Comunicação e Artes. Maceió, 2023.

Bibliografia: f. 90-91.  
Apêndices: f. 92-99.

1. Pandemias. 2. COVID-19. 3. Relações públicas. 4. Opinião pública - Pesquisa - Brasil. 5. Comunicação - Crise. 6. Desinformação. I. Título.

CDU: 659.44:578.834(81)

Dedico este trabalho a todas as vítimas que, infelizmente, perderam suas vidas para a Covid-19 e para os seus familiares que sofrem a dor da ausência, e aos milhares de brasileiros afetados pelo vírus.

## AGRADECIMENTOS

Não poderia iniciar sem que o meu primeiro agradecimento não fosse a Deus, a Ele que sempre foi meu guia, meu protetor, e, sobretudo, meu amigo. Gratidão a Deus por tanto amor, que transcende todo o meu entendimento.

Logo agradeço a todos que fazem parte da minha vida pessoal, acadêmica e profissional, a aqueles que passaram e aos que permanecem na minha jornada. Familiares, amigos e professores. Em especial, algumas pessoas tiveram participações fundamentais na conclusão da graduação, por isto nomeá-los me parece indispensável, pois reconhecê-los é também falar do que sou hoje.

Ao meu pai e a minha mãe, Júlio e Gil, pelo apoio e pela liberdade de escolhas. Minha gratidão por sempre terem me deixado livre para traçar meus caminhos e por todas as facilidades que me proporcionaram chegar até aqui.

À minha irmã, Amanda, que sempre foi minha amiga, companheira desde sempre e grande incentivadora na vida.

À minha segunda família, a de coração. Beatriz e Telma, que vivenciaram todos os meus processos durante a elaboração do TCC e que foram boa parte do meu suporte nessa etapa.

À minha orientadora, a professora Emanuelle, pelo suporte, correções e incentivos. Sem Emanuelle com certeza esse trabalho não teria existido, a orientação dela foi essencial no desenvolvimento e conclusão deste projeto.

Às minhas amigas acadêmicas, Danyelle, Nathália, Thayná e Thamires, que desde o início me acompanharam nessa jornada de Ufal. Sem elas com certeza não teria sido tão bom, foi gratificante ter a companhia dessas meninas.

À minha banca examinadora, profa. Manuela Callou e Sandra Nunes, por terem aceitado o convite de fazer parte desse momento tão singular para mim.

Estendo meu agradecimento às 578 pessoas que contribuíram na minha pesquisa, respondendo o questionário. Eu não sei o nome dessas pessoas, certamente muitas eu sequer conheço, mas disponibilizaram um tempo do seu dia para me ajudar nesse trabalho. Também, a todas as pessoas que compartilharam o questionário.

Por fim, agradeço a mim também. Por ter me desafiado e ter conseguido. Estou orgulhosa da Byanca que conclui essa pesquisa.

A consciência cidadã, antes mesmo de ser um dever, deveria ser um “cuidado natural” com o outro, um cuidado em se sentir solidário com os outros que vivem no mesmo espaço apesar das opiniões divergentes, uma solidariedade em nome de uma ética social que ultrapassa as diferenças, integrando-as.

Patrick Charaudeau (2016, p. 64).

## RESUMO

O novo coronavírus (SARS-CoV-2) se tornou um grave problema de saúde pública global a partir de 2020, tendo ainda no primeiro semestre desse mesmo ano sido caracterizado pela Organização Mundial de Saúde como uma pandemia. No Brasil, em especial, a crise sanitária também se desdobrou em uma crise institucional, política, econômica e social. Nessa conjuntura, este trabalho buscou investigar a percepção dos alagoanos sobre a crise da Covid-19 através do estudo realizado em dois estágios: no primeiro foram analisadas as páginas das redes sociais do Governo de Alagoas a fim de identificar as estratégias de comunicação usadas a partir do surgimento do vírus; no segundo momento foi realizada, então, uma pesquisa com a população alagoana. Inserido nesse contexto, o objetivo principal foi investigar a percepção da população alagoana sobre as medidas de contenção da crise decorrente da pandemia da Covid-19 no Brasil. Utilizou-se, primeiramente, a pesquisa qualitativa de análise de conteúdo nas redes e, posteriormente, a metodologia de pesquisa quantitativa, com aplicação de um questionário distribuído on-line buscando alcançar o máximo de pessoas possíveis, com a finalidade de conhecer as características socioeconômicas do público alcançado e questioná-lo sobre questões relacionadas à Covid-19. O referencial teórico procurou atravessar assuntos como gerenciamento de crises, ressaltando a importância da comunicação em momentos críticos, como a crise sanitária do novo coronavírus, bem como os impactos que a desinformação pode trazer para a sociedade, sendo ela um dos problemas no enfrentamento a pandemia, usada até mesmo no discurso político pelo, então, Presidente da República, Jair Bolsonaro, que mobilizou a opinião pública para adotar comportamentos nocivos à saúde coletiva. Os resultados da pesquisa permitiram identificar que, no geral, todos os públicos da pesquisa convergiam com a opinião de que a Covid-19 se caracterizava como uma emergência de saúde pública e concordaram sobre as medidas de contenção da propagação do vírus. Porém, quando é feito o recorte por espectro político divergem sobre o isolamento social e percepção sobre o regime democrático. Diante disso, torna-se importante pontuar que, ultrapassando os limites do posicionamento político, a disputa de narrativas das autoridades federais e estaduais em torno da crise de saúde pública surtiu efeitos sobre os comportamentos dos indivíduos.

**Palavras-chaves:** pandemia da Covid-19; relações públicas; pesquisa de opinião pública; crise de comunicação; desinformação.

## ABSTRACT

The new coronavirus (SARS-CoV-2) has become a serious global public health problem from 2020, having become, still in the first half of the same year, a pandemic according to the World Health Organization. In Brazil, in particular, the health crisis has also unfolded into an institutional, political, economic, and social crisis. At this juncture, this work sought to investigate the perception of people from Alagoas about the Covid-19 crisis through a study conducted in two stages: in the first stage, the social network pages of the Alagoas government are analyzed in order to identify the communication strategies used from the emergence of the virus; in the second stage, a survey was conducted with the population of Alagoas. Within this context, the main objective was to investigate the perception of the population of Alagoas about the measures to contain the crisis resulting from the pandemic of the new coronavirus (Covid-19) in Brazil. First, we used the qualitative research of content analysis on the networks and, later, a quantitative research methodology, with the application of a questionnaire distributed online, seeking to reach as many people as possible, with the purpose of knowing the socioeconomic characteristics of the audience and questioning them about issues related to Covid-19. The theoretical reference sought to address issues such as crisis management, emphasizing the importance of communication in critical moments, such as the health crisis of the new coronavirus, as well as the impacts that misinformation brought to society, being it one of the problems in facing the pandemic, used even in political discourse by the former President, Jair Bolsonaro, who mobilized public opinion to adopt behaviors harmful to collective health. The results of the research allowed us to identify that, in general, all the publics in the research converge in the opinion that the Covid-19 was a situation of public health emergency and agreed on the measures to contain the spread of the virus, but when the cut by political spectrum is made they diverge on the social isolation and perception of the democratic regime. Therefore, it is important to point out that, beyond the limits of political positioning, the dispute over the narratives of the federal and state authorities around the public health crisis had effects on the behavior of individuals.

**Keywords:** Covid-19 pandemic; public relations; public opinion research; communication crisis; misinformation.



## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Curva contágio no Brasil no primeiro semestre de 2020 .....	20
Gráfico 2 - Evolução dos casos em Alagoas no primeiro semestre de 2020 .....	21
Gráfico 3 - Casos de Covid-19 no Brasil primeiro ano da pandemia (2020) .....	24
Gráfico 4 - Casos de Covid-19 em Alagoas primeiro ano da pandemia (2020) .....	25
Gráfico 5 - Sexo dos respondentes .....	67
Gráfico 6 - Faixas etárias dos respondentes .....	67
Gráfico 7 - Nível de escolaridade dos respondentes .....	68
Gráfico 8 - Ocupação dos respondentes .....	69
Gráfico 9 - Renda familiar mensal dos respondentes .....	69
Gráfico 10 - Ocupação e renda .....	70
Gráfico 11 - Identificação política dos respondentes .....	70
Gráfico 12 - Espectro político e sexo .....	71
Gráfico 13 - Espectro político e estado civil .....	72
Gráfico 14 - Espectro político e ocupação .....	72
Gráfico 15 - Frequência de acesso à internet e redes sociais mais usadas .....	73
Gráfico 16 - Uso da internet para informações sobre o vírus e compartilhamento ..	74
Gráfico 17 - WhatsApp e compartilhamento de informações sobre a Covid-19 .....	75
Gráfico 18 - Principais fontes de informações sobre o coronavírus .....	75
Gráfico 19 - Nível de confiança .....	76
Gráfico 20 - Perfil dos que não confiam nas informações de especialista da área da saúde .....	76
Gráfico 21 - Nível de concordância sobre a Covid-19 ser uma situação de emergência de saúde pública .....	78
Gráfico 22 - Para quem a quarentena deve ser aplicada de acordo com os entrevistados .....	78
Gráfico 23 - Opinião sobre a quarentena com recorte de posicionamento político .	79
Gráfico 24 - O que é mais prejudicial aos mais vulneráveis .....	80
Gráfico 25 - Medidas que ajudariam as pessoas a se manterem em casa e diminuir os impactos da crise de saúde pública .....	80
Gráfico 26 - O regime democrático na percepção dos entrevistados .....	81
Gráfico 27 - Percepção sobre o regime democrático por espectros políticos .....	82

Gráfico 28 - Medidas imediatas que o Estado deveria tomar .....	83
Gráfico 29 - Nível de concordância com o isolamento social em Alagoas .....	83
Gráfico 30 - Nível de satisfação sobre o fechamento de fronteiras pelo governo federal .....	84
Gráfico 31 - Nível de concordância sobre propostas econômicas do governo federal .....	84
Gráfico 32 - Nível de concordância com pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro .....	85
Gráfico 33 - Avaliações de desempenho setores públicos.....	86

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2. COMUNICAÇÃO DIGITAL, SAÚDE E OPINIÃO PÚBLICA: O CASO DO NOVO CORONAVÍRUS.....</b>	<b>16</b>
<b>2.1 Covid-19: a pandemia do século XXI .....</b>	<b>16</b>
2.1.1 Ciência Vs Política no combate ao Covid-19: Brasil e Alagoas.....	21
<b>2.2 Comunicação digital e Saúde Pública: controvérsias públicas sobre a pandemia nas páginas oficiais do Governo de Alagoas.....</b>	<b>26</b>
<b>2.3 Informação e relacionamento em contextos de crise .....</b>	<b>39</b>
<b>2.4 Desinformação e Opinião Pública em situações de crise: o caso da pandemia da Covid-19 .....</b>	<b>44</b>
<b>3. A PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS EM CONTEXTO DE CRISE: O CASO DA PANDEMIA DA COVID-19 .....</b>	<b>50</b>
<b>3.1 Relações públicas em contextos de crise.....</b>	<b>50</b>
<b>3.2 Pesquisa de opinião pública sobre a crise do novo coronavírus .....</b>	<b>53</b>
3.2.1 Objetivos .....	55
3.2.2 Metodologia.....	56
<b>3.3 População, amostra, território e período .....</b>	<b>59</b>
<b>3.4 Coleta de dados.....</b>	<b>60</b>
<b>3.5 Questionário .....</b>	<b>61</b>
<b>4. A PERCEPÇÃO DOS ALAGOANOS SOBRE A CRISE DA COVID-19 .....</b>	<b>66</b>
4.1 Conhecendo o perfil dos entrevistados .....	66
4.2 A mídia em meio à crise do novo coronavírus .....	73
4.3 Regime democrático no contexto da pandemia .....	77
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>87</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>90</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>92</b>

## 1. INTRODUÇÃO

No final de 2019, surgiu um vírus desconhecido que mudaria radicalmente os rumos do mundo inteiro, o novo coronavírus (Sars-Cov-2). Altamente contagioso, o vírus era responsável por causar infecção respiratória no hospedeiro, além de outros sintomas graves que foram descobertos à medida que a Covid-19 se proliferava. A doença, a princípio desconhecida e que estava causando pneumonia, foi identificada pela primeira vez em 2019 na China, mas já no início de 2020 eram registrados casos em diferentes lugares do mundo.

No Brasil, o Ministério da Saúde confirmou o primeiro caso no dia 26 de fevereiro de 2020. Em pouco mais de três meses, no final de maio, o vírus já se tornava, no país, a principal causa de mortes, registrando mais de 60 mil casos e 29 mil óbitos. Nesse período, o país era o segundo com mais casos confirmados de Covid-19 do mundo, ficando atrás somente dos Estados Unidos<sup>1</sup>.

A situação se tornou um complexo desafio de saúde pública mundial, sendo necessário adotar medidas severas pelo mundo inteiro, como fechamento temporário de estabelecimentos, toque de recolher, quarentena, isolamento, restrição temporária de entrada e saída do país, obrigatoriedade de máscaras em qualquer lugar e maior atenção na higienização individual. As medidas de distanciamento social foram recomendadas pela Organização Mundial de Saúde (OMS) e cada país tomava a decisão individual de adotar ou não.

No Brasil, o governo federal, chefiado pelo Presidente da República Jair Bolsonaro, optou por não adotar a nível nacional as medidas de distanciamento. No entanto, a maioria dos governos estaduais decidiu aderir a uma série de medidas recomendadas pela OMS, inclusive o governo de Alagoas, local onde foi realizado este trabalho.

Crises dentro do governo federal eram noticiadas em jornais, disputas políticas entre presidente e governadores dos estados, enquanto parte da população ignorava e descumpria as medidas adotadas pelos governos estaduais no combate ao novo vírus. Ao mesmo tempo em que os casos de Covid-19 estouraram pelo mundo inteiro, no Brasil se intensificava a polarização ideológica.

---

<sup>1</sup> Casos de coronavírus e número de mortes no Brasil em 31 de maio. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/05/31/casos-de-coronavirus-e-numero-de-mortes-no-brasil-em-31-de-maio.ghtml>> Acesso em: 22 dez. 2022.

As dificuldades de controle da alta de casos de infecção pelo novo coronavírus no Brasil e a ineficiência da gestão pública diante de toda a situação resultaram em altas estatísticas. Nesse contexto, a pesquisa surgiu da preocupação com as notícias que mostravam que a população alagoana não aderiu efetivamente ao isolamento social decretado pelo governo de Alagoas: os dados do monitoramento de pessoas registraram a média de 52,47% de isolamento, quando a taxa ideal seria de 75%<sup>2</sup>.

Partindo dessa informação, surgiu a necessidade da realização do estudo em Alagoas para se entender se o contexto político-econômico influenciava nesses índices. A proposta consistia em compreender o entendimento da população acerca do vírus e a avaliação sobre as ações que as instituições públicas tomaram em relação à crise de saúde pública relacionada à Covid-19.

Nesse sentido, o presente estudo tem como objetivo investigar a percepção da população alagoana sobre as medidas de contenção da crise decorrente da pandemia do novo coronavírus no Brasil. Para tanto, a pesquisa é realizada em dois estágios: no primeiro analisando as redes sociais do Governo de Alagoas, com o objetivo de identificar as estratégias de comunicação desse e as controvérsias da população nas divulgações da instituição. No segundo, através da aplicação do questionário, investiga a percepção sobre a Covid-19 dos alagoanos entrevistados. Entendemos ser necessário analisar as publicações das páginas do governo estadual anteriormente, pois o ambiente digital permite ter um panorama interessante sobre a expressão das ideias, pensamento e opinião dos alagoanos.

Quanto aos objetivos específicos, busca-se identificar a opinião sobre as medidas adotadas pelo governo federal e governo estadual; identificar os principais meios de acesso à informação dos respondentes sobre o coronavírus; compreender a percepção das pessoas sobre o papel de regimes democrático em crises como a da Covid-19; e verificar a opinião das pessoas sobre medidas de isolamento e contra isolamento durante a presente crise.

A principal hipótese levantada é que o desrespeito ao isolamento social se refletiu na desconfiança da população quanto aos governantes brasileiros na condução da crise de saúde pública. Outra hipótese é que a despolitização da

---

<sup>2</sup> Índice de isolamento social em Alagoas tem média de 52,47%. Disponível em: <<https://g1.globo.com/al/alagoas/noticia/2020/04/16/indice-de-isolamento-social-em-alagoas-tem-media-de-5247percent.ghtml>> Acesso em: 22 dez. 2022.

sociedade, muitas vezes associada à identificação com políticas de extrema-direita, seria um elemento que atravessava o comportamento daqueles que se opunham a medidas de proteção da saúde pública, como o isolamento social, desconsiderando a sobreposição do interesse coletivo em detrimento do privado.

Para coletar os dados, optamos pela pesquisa quantitativa do tipo descritiva, permitindo que, através das estatísticas encontradas, pudessemos visualizar os fenômenos através de variáveis. Considerando que a pesquisa foi realizada via on-line através de formulários, a amostragem utilizada foi do tipo não-probabilística, com o foco em alcançar o máximo de pessoas possíveis sem estabelecer um número específico de entrevistados. Para alcançar esse objetivo, a pesquisa foi feita através de questionário com perguntas fechadas, no período de 23 de março a 3 de abril de 2020.

Neste trabalho, a fundamentação teórica foi construída com autores que abordam os temas comunicação digital, comunicação no campo da saúde, comunicação e relacionamento em contextos de crises, legitimidade e relações de poder, desinformação, *fake news*<sup>3</sup> e opinião pública.

Para ajudar a aprofundar o conhecimento sobre comunicação digital, redes sociais e relacionamento em contextos de crises, realizamos uma revisão de literatura considerando, principalmente, os trabalhos de Teixeira (2011), Forni (2007, 2011, 2015, 2018), Castells (2005), Recuero (2018, 2020) e Pariser (2012). Os autores contribuíram para a construção da compreensão de que a comunicação precisa ser ágil e assertiva, a fim de mitigar crises, desinformação e disseminação de *fake news*. O tema atrelado à Covid-19 mostra-se importante uma vez que informações verdadeiras são imprescindíveis na promoção à saúde e a desinformação é um obstáculo no enfrentamento ao vírus.

Com a ascensão do novo coronavírus, foi possível perceber ainda mais a responsabilidade individual e, sobretudo, coletiva da população na mitigação de transmissão da doença. Nesse sentido, os autores Araújo, Cardoso e Murtinho (2009) foram fundamentais, uma vez que abordam a importância do indivíduo no processo de prevenção de doenças.

---

<sup>3</sup> *Fake News* são informações falsas que são transmitidas ou publicadas como notícia, motivada por razões políticas ou para fins fraudulentos.

Ainda, no sentido de discutir a legitimidade de fala e relações de poder, Bourdieu (1989) e Araújo (2012) respaldam a compreensão de que o lugar de onde se enuncia, assim como a figura do enunciar se constituem como elementos de legitimador – ou não. Partindo dessa referência, pode-se observar como figuras políticas se tornam peças importantes na adesão e percepção sobre as medidas sanitárias adotadas.

Quando se trata de comunicação e opinião pública, a leitura de Lippmann (2008), Bourdieu (1989) e Charaudeau (2016) foi essencial para compreender a formação da opinião pública, bem como a disputa por parte de agentes públicas para conquistá-la. Da ideia de que não existe uma opinião pública tal como se trata no senso comum, a uma busca para compreender como a expressão pode ser usada para se referir a grupos de indivíduos com interesses em comum, o que observamos é sua profícua relação com os discursos e as relações de poder na sociedade. Nesse sentido, ainda que haja vários perfis de públicos distintos na pesquisa, pode-se homogeneizar grupos com opiniões em comum a fim possibilitar uma melhor visualização das diferenças de percepção dentro destes.

Além da introdução e da conclusão, este trabalho contém três capítulos de desenvolvimento. O primeiro visa fazer uma retrospectiva da pandemia do novo coronavírus e, para alicerçar o tema, é feita uma revisão teórica sobre os assuntos abordados no parágrafo anterior. Apresentamos aqui a evolução do vírus, a relação entre saúde e política, informação e relacionamento em contexto de crise, e desinformação e opinião pública correlacionada ao contexto da pandemia.

No capítulo seguinte é descrito como o estudo foi realizado, destacando-se a metodologia, especificando o tipo de pesquisa e a estrutura do projeto, demonstrando como foi elaborado o questionário a partir da relação entre teoria e prática sobre o tema.

No terceiro e último, apresentamos uma análise dos resultados a partir da análise e processamento dos dados obtidos. Neste, situando a questão de espectro político como uma das variáveis fundamentais para uma melhor compreensão da percepção dos alagoanos sobre a atual crise de saúde pública.

De um modo geral, este trabalho visa tratar sobre saúde pública, política e economia sob a ótica da comunicação. O estudo traz análises que buscam retratar a visão do público entrevistado sobre toda a conjuntura social-política do país e,

sobretudo, contribuir para o diálogo sobre uma gestão pública que esteja atenta as necessidades populares.

É importante registrar que, quando este trabalho foi iniciado, em 2020, o Brasil tinha cerca de 650 casos e menos de 10 óbitos – nenhum deles registrado em Alagoas. Ao concluir o texto desta monografia, o país ultrapassa 696 mil mortes e está chegando ao total de 37 milhões de casos. Após quase três anos do surgimento da Covid-19 no Brasil este estudo é finalizado em um cenário muito diferente, mas revelador sobre o papel da comunicação nas práticas de gestão de crise. Os impactos do vírus na sociedade foram ainda mais agressivos por conta da ausência de gestão adequada da comunicação, sendo até hoje sentidos em todas as esferas da sociedade: social, econômica, política e cultural.



## **2. COMUNICAÇÃO DIGITAL, SAÚDE E OPINIÃO PÚBLICA: O CASO DO NOVO CORONAVÍRUS**

A comunicação tem uma importância fundamental nas ações sobre o mundo, tendo impacto direto na sociedade, na democracia e na opinião pública. Na última década, os meios de comunicação digital se tornaram um canal privilegiado para as pessoas se organizarem para debater temas de interesse público. Particularmente, durante a pandemia do novo coronavírus, a comunicação por meio de plataformas digitais se tornou ainda mais necessária e impôs desafios contra as informações falsas e a desinformação.

Considerando a relevância da comunicação para sociedade em contextos de crise, tomamos a pandemia da Covid-19 no Brasil como estudo de caso, buscando comparar a percepção sobre comunicação no referido contexto no país e em Alagoas. Para abordar o tema, neste capítulo, de caráter histórico-conceitual, são discutidos: os avanços e recomendações da ciência no combate ao vírus; crises políticas durante a pandemia; a importância da comunicação em contextos de crise sanitária, como a da pandemia da Covid-19; e desinformação no discurso político que mobilizam a opinião pública.

A proposta deste capítulo é fazer um panorama da Covid-19 sobre os eventos marcantes no Brasil e no mundo, bem como uma revisão de literatura sobre os temas indicados acima. Diante disso, buscando contribuir para o entendimento do que ocorria naquele momento em Alagoas, realizamos uma pesquisa qualitativa de análise de conteúdo nas redes sociais monitorando as páginas oficiais do Instagram do Governo de Alagoas e da Secretaria de Estado da Saúde de Alagoas. Busca-se também relacionar a conjuntura ao aporte teórico. O levantamento foi realizado à época dos eventos relatos e coincide com o período da aplicação de questionários (primeiro semestre de 2020) da pesquisa quantitativa.

### **2.1 Covid-19: a pandemia do século XXI**

O surgimento do novo coronavírus pelo mundo se desdobrou em uma grande crise sanitária e de saúde pública. A deflagração da crise foi marcada pelo desconhecimento dos efeitos do vírus no organismo humano, pela doença pulmonar

grave ou síndrome respiratória aguda grave que a infecção pode causar e a inexperiência das instituições governamentais e dos profissionais da saúde em tratar os pacientes infectados.

No final de 2019, especificamente no dia 31 de dezembro, a China notificou à OMS casos de uma pneumonia incomum no país. Menos de um mês depois, a doença se espalhou para outros países. Diante da iminência da disseminação do vírus, a Organização declarou a situação como uma emergência de saúde de interesse internacional, alertando países para ficarem atentos e monitorando o surgimento de casos.

Cabe aqui explicar os significados de alguns termos frequentemente usados durante a crise de saúde pública. Emergência pública de interesse internacional, definido pela OMS, é o evento extraordinário que constitui um risco à saúde pública para outros estados por meio da disseminação internacional de doenças e potencialmente exige uma resposta internacional coordenada.<sup>4</sup> Endemia é a grande frequência de casos de uma doença em determinada região, mas não está relacionada à quantidade. Já as diferenças entre surto, epidemia e pandemia se relacionam à proporção que a doença alcança. Surto é um aumento inesperado do número de infectados por determinada doença em uma região específica. Epidemia é quando há um crescimento da quantidade de surtos, abrangendo várias regiões, como uma cidade, por exemplo. Pandemia é quando uma enfermidade epidêmica atinge vários continentes com transmissão sustentada entre as pessoas.

No Brasil, o primeiro caso foi registrado em 26 de fevereiro de 2020. Nessa data o vírus teria atingido oficialmente pelo menos 41 países em cinco continentes e a China chegava a mais de dois mil óbitos causados pelo novo coronavírus. A escalada do surto pelo mundo, os crescentes casos de óbitos na China e a imensa capacidade de disseminação em curto espaço de tempo, mostrou a gravidade do agente infeccioso para líderes mundiais, especialistas sanitários e para a sociedade em geral. Sobretudo no Brasil, durante o primeiro ano da Covid-19, vários acontecimentos ligados ao vírus chamaram a atenção.

No mês de março de 2020, dentre os fatos que mais marcaram destacam-se os seis mais relevantes que servirá de subsídio para a nossa pesquisa: 1) A OMS

---

<sup>4</sup> O que significa estado de emergência? Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-51198297>> Acesso em: 22 dez. 2022.

declarou que se tratava de uma pandemia; 2) Os países mais afetados começaram a decretar quarentenas e *lockdowns*<sup>5</sup>, fechando fronteiras, suspendendo segmentos de atividades comerciais, salvo serviços essenciais, e proibindo aglomerações; 3) No Brasil, não houve decreto nacional de quarentena; 4) Seguindo as recomendações do que aponta a ciência, e legítima a OMS, governadores e prefeitos começaram a decretar quarentena em diversos estados brasileiros; 5) Em meio à crise sanitária, começou a surgir pronunciamentos divergentes entre o presidente Jair Bolsonaro e o ministro da saúde Henrique Mandetta. O ministro defendia o isolamento social e o presidente defendia a reabertura do comércio; 6) Auxílio Emergencial é aprovado pelo Congresso Nacional e sancionado pelo Presidente da República; 7) No final de março, o novo vírus registrava, no mundo, mais de 803 mil casos e mais de 40 mil óbitos em decorrência do vírus, enquanto, no Brasil, foram registrados mais de 5 mil casos e mais de 200 óbitos.

Com o aumento diário de casos e óbitos decorrentes no mundo, vários estudos para desenvolver a vacina foram iniciados em várias partes do mundo. Diante da urgência mundial em torno de vacinas e opções de tratamento para a Covid-19, em abril do mesmo ano, a OMS apresentou uma proposta de aliança global de colaboração científica entre os países<sup>6</sup>. O acordo teria o objetivo de acelerar as pesquisas, incentivar testagens em massa e tornar públicas informações sobre tratamentos e prevenção do novo coronavírus, bem como selou o compromisso de prioridade na distribuição da vacina para os países que mais necessitassem. Mais de 40 países se uniram a essa aliança, porém o Brasil ficou de fora das negociações, pois o governo brasileiro não demonstrou interesse, omitindo-se sobre o movimento, além de fazer críticas à OMS, que consequentemente o levou a ficar fora das negociações.<sup>7</sup>

Ainda em abril de 2020, atritos entre o Presidente da República e o Congresso Nacional eram veiculados. A decisão do STF sobre a competência de

---

<sup>5</sup> Lockdown é um termo inglês que significa confinamento ou bloqueio total de determinada área, situação em que há restrição de circulação das pessoas nos espaços públicos.

<sup>6</sup> Líderes mundiais, em conjunto com OMS, lançam força global contra Covid-19. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/saude/coronavirus/ lideres-mundiais-em-conjunto-com-oms-lancam-forca-global-contra-covid-19-24391027>> Acesso em: 15 dez. 2022.

<sup>7</sup> Brasil fica de fora de ação mundial para acelerar vacina e apoiar OMS... - Veja mais em <https://noticias.uol.com.br/colunas/jamil-chade/2020/05/04/brasil-fica-de-fora-de-acao-mundial-para-acelerar-vacina-e-apoiar-oms.htm> Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/colunas/jamil-chade/2020/05/04/brasil-fica-de-fora-de-acao-mundial-para-acelerar-vacina-e-apoiar-oms.htm>> Acesso em: 15 dez. 2022.

estados e municípios para determinar medidas de enfrentamento à pandemia, como o isolamento social, não foi bem recepcionado pelo chefe do executivo, Jair Bolsonaro. Este afirmava que a decisão sobre quais serviços deveriam ser mantidos ou não era da competência do governo federal.<sup>8</sup>

O conflito entre o Congresso Nacional e o Presidente se estendeu no primeiro semestre daquele ano, estando Jair Bolsonaro presente em vários protestos antidemocráticos pró-intervenção militar dos seus apoiadores e contra o Congresso Nacional.<sup>9</sup> No mesmo período, protestos contra Bolsonaro viralizaram nas redes sociais e “panelaços”<sup>10</sup> eram feitos pelo Brasil, tendo em junho de 2020 ocorrido uma manifestação presencial com parte da oposição do presidente.<sup>11</sup> Ademais, no período, uma série de auxílios foi aprovada pelo Congresso para famílias, empresas e setores, que foram fundamentais para, além de manter a população em casa, garantir a subsistência desses.

Além disso, entre abril e junho do mesmo ano, diante de conflitos de interesse, o Ministério da Saúde trocou o titular da pasta três vezes, ficando a função sem ministro por quase dois meses. A rotatividade de ministros em tão pouco tempo durante um momento crítico de curva ascendente de contágio repercutiu como um cenário de incertezas sobre a condução do governo federal na crise.

No Brasil, entre junho e agosto, os estados começaram a retomar gradativamente a reabertura de comércios. Alagoas também seguiu o ritmo dos outros estados, liberando gradativamente segmentos comerciais, em quatro fases: 1) fase laranja: reabertura de alguns segmentos com capacidade reduzida de funcionários e clientes, como estabelecimentos de rua com até 400m<sup>2</sup>, salões de beleza e igrejas; 2) fase amarela: permissão de shoppings centers, bares e restaurantes, entre outros segmentos com 50% da capacidade e ampliação da capacidade dos que já estavam permitidos na fase anterior; 3) fase azul: permissão

---

<sup>8</sup> Decisão do STF sobre isolamento de estados e municípios repercute no Senado. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/04/16/decisao-do-stf-sobre-isolamento-de-estados-e-municipios-repercute-no-senado>> Acesso em: 15 mar. 2021.

<sup>9</sup> 'Nós não queremos negociar nada', diz Bolsonaro em ato contra STF e Congresso. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/politica/esses-politicos-tem-que-entender-que-estao-submissos-a-vontade-do-povo-brasileiro-diz-bolsonaro/>> Acesso em: 15 mar. 2021.

<sup>10</sup> “Panelaço é a manifestação em que um conjunto de pessoas faz barulho com objetos metálicos como panelas ou afins, geralmente de forma concertada e como protesto.

<sup>11</sup> Manifestantes fazem ato contra Bolsonaro, contra o racismo e a favor da democracia em São Paulo. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2020/06/07/manifestantes-fazem-protesto-contrabolsonaro-no-largo-da-batata-zona-oeste-de-sao-paulo.ghtml>> Acesso em: 15 mar. 2021.

academias e outros segmentos, com ampliação da capacidade entre 50% e 75% dos que já estavam permitidos na fase anterior; e 4) fase verde: reabertura total de funcionamento.

Em novembro, houve eleições municipais para prefeito e vereadores. Durante o período de campanha, as cidades brasileiras registraram cenas de aglomerações. Dezembro foi surpreendido por três acontecimentos significativos no mundo: preocupação mundial sobre aumento na taxa de contágio no Brasil; surgimento de novas variantes do coronavírus; e aprovação da primeira vacina.

Ainda que nem todos os fatos sobre o novo coronavírus no ano de 2020 tenham sido listados aqui, visto que o foco foram os acontecimentos durante o período da pesquisa e, que, novas informações surgiam o tempo todo, os dados acima permitem entender por que a covid-19 se tornou uma das maiores crises de saúde pública que já aconteceu no mundo, em especial no Brasil envolvendo o cenário político.

No início deste trabalho, o Brasil tinha, em média, 650 casos e menos de 10 óbitos, e Alagoas não tinha registrado nenhum caso de óbito decorrente do novo coronavírus. Para visualizar o que a pandemia se tornou no período que compreende a aplicação da pesquisa – primeiro semestre de 2020 – serão apresentados dois gráficos.

No Brasil é possível ver (gráfico 1) a curva de contágios e mortes em crescimento, principalmente, a partir de maio/junho, tendo o país no final de junho passado a marca de 1,4 milhão de infectados e 59 mil óbitos:

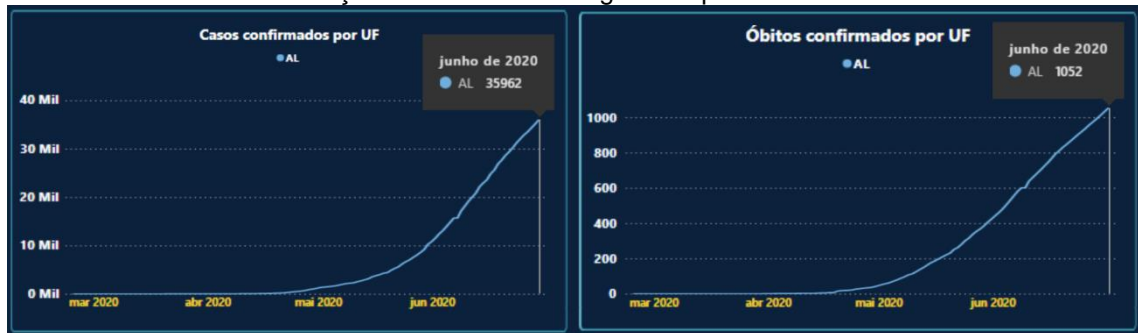


Fonte: Universidade Johns Hopkins. Elaborado por: Google Notícias<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://news.google.com/covid19/map?hl=pt-BR&gk=BR&ceid=BR%3Apt-419&mid=%2Fm%2F015fr&gl=BR>> Acesso em: 27 dez. 2022.

Em Alagoas, no mesmo período, observa-se também o rápido crescimento de casos confirmados e óbitos:

Gráfico 2 - Evolução dos casos em Alagoas no primeiro semestre de 2020



Fonte: Brazil.io. Elaborado por: SEPLAG/AL<sup>13</sup>

Os dados acima permitem entender a rapidez que o novo coronavírus se dissemina, e ainda não tendo conhecimento suficiente sobre a doença e como tratar os infectados, o combate mais eficaz e seguro contra a covid-19 previa a prevenção através do distanciamento social.

### 2.1.1 Ciência Vs Política no combate ao Covid-19: Brasil e Alagoas

Conforme foi pontuado no tópico anterior, a pandemia da Covid-19 também foi marcada por conflitos políticos no Brasil. Ela foi atravessada por uma crise política resultante, em grande medida, de intensos conflitos sobre a condução do enfrentamento ao novo coronavírus, envolvendo o governo federal, representado pelo presidente Jair Bolsonaro, o Ministério da Saúde e os governos estaduais.

Após o surgimento do novo coronavírus, a OMS concentrou esforços para ampliar o conhecimento sobre a doença. As primeiras recomendações da Organização consistiram em alertar para evitar contato próximo com pessoas com sinais de tosse ou espirro, higienizar as mãos com frequência, evitar tocar na boca,

<sup>13</sup> Evolução casos de Covid-19 em Alagoas. Disponível em: <<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjojZDdmMTE3N2UtZWE1NS00MWRmLTg0MmYtNmE3ZmJjNjg5ZmYwliwidCI6IjNzAxZWRLWM3ZjctNDA0Ny04YzVjLTkyMDMxOGE4NmYxMSJ9&pageName=ReportSection889e35e470b1cec7b8e9>> Acesso em: 27 dez. 2022.

nariz e olhos, o uso de máscaras por profissionais da saúde e pessoas que apresentarem sintomas gripais.

Logo, as primeiras iniciativas para conter a propagação do vírus indicavam que era preciso assegurar testagem em massa e isolar suspeitos de infecção. Nesse sentido, o diretor-geral da entidade, Tedros Adhanom Ghebreyesus, afirmou no dia 16 de março de 2020 que “A forma mais eficaz de salvar vidas é quebrar a cadeia de transmissão. E para fazer isso precisa testar e isolar.”<sup>14</sup>.

Conforme recomendações da OMS, o Ministério da saúde passou a alertar a população a evitar aglomerações, adotar medidas de higiene pessoal e proteger pessoas do grupo de risco. No entanto, em relação ao distanciamento social, o então ministro da saúde, Henrique Mandetta, em coletiva de imprensa<sup>15</sup>, afirmou que era preciso atenção ao aumento das iniciativas. A declaração em questão foi uma resposta a governadores brasileiros que já determinavam medidas de restrição de circulação de pessoas, como a suspensão de partidas de futebol, cancelamentos de eventos de qualquer natureza com grandes públicos, fechamento de cinemas e teatros.

O presidente da república, Jair Bolsonaro, não deu bons exemplos quanto à recomendação da OMS e do ministério da saúde, incentivando aglomerações, encontrando com apoiadores e declarando que a Covid-19 estava sendo tratada com ‘histeria’, o chefe do executivo chegou a falar que “esse vírus trouxe uma certa histeria”<sup>16</sup>. Também, o presidente criticou as ações restritivas de governadores.

Diante do aumento na disseminação da Covid-19, não somente no mundo, mas também no Brasil, diferentes governos estaduais decidiram por decretar o isolamento social. O Estado de Alagoas também o decretou, suspendendo as atividades dos serviços não essenciais, mantendo somente farmácias,

---

<sup>14</sup> OMS quer testes e isolamento de casos suspeitos para conter Covid-19. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-03/oms-recomenda-testes-e-isolamento-de-casos-suspeitos-para-conter-covid-19>> Acesso em: 27 dez. 2022.

<sup>15</sup> Entrevista coletiva de imprensa do Ministério da Saúde para atualização de informações sobre o coronavírus no dia 17/03/2020. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=YfHVuBqetVc>> <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-03/numero-de-casos-de-coronavirus-confirmados-no-brasil-sobe-para-291>> Acesso em: 15 mar. 2021.

<sup>16</sup> Entrevista concedida pelo presidente Jair Bolsonaro a CNN em 17 de março de 2020, o presidente volta a chamar medidas preventivas de “histeria”. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/2020/03/17/bolsonaro-volta-a-falar-em-histeria-e-diz-que-medidas-contracoronavirus-afetam>. Acesso em: 15 mar. 2021.

supermercados, serviços de comunicação e estabelecimentos que prestem serviços de saúde.

Por sua vez, o governo federal, que já vinha discordando das medidas anteriores, passou a criticar ainda mais. O presidente Jair Bolsonaro, em contestação às medidas, pronunciou em rede nacional de televisão: “Algumas poucas autoridades estaduais e municipais devem abandonar o conceito de terra arrasada, a proibição de transportes, o fechamento de comércios e o confinamento em massa”<sup>17</sup>. Além disso, o presidente passou a divulgar e defender o uso da cloroquina e hidroxicloroquina no tratamento da Covid-19, mesmo os medicamentos sem eficácia comprovada pela ciência.

Pouco tempo depois, Henrique Mandetta, até então aliado do governo e Ministro da Saúde, passou a divergir de Bolsonaro nas coletivas de boletins epidemiológicos. Mandetta defendeu a importância de ficar em casa, indicando que o isolamento social já estava funcionando para garantir que o sistema de saúde se preparasse para o pico do contágio, mas ponderou que as ações dos governos estaduais precisavam estar alinhadas ao governo federal. Nas oportunidades, o ministro também criticou o uso indiscriminado da cloroquina, afirmando que a atuação do ministério seguiria o que aponta a ciência<sup>18</sup>.

O posicionamento de Mandetta não agradou ao presidente, que continuou contrariando as recomendações e passou a criticar o ministro. O confronto de posicionamentos gerou uma crise marcada por trocas de críticas públicas. Após um mês de conflitos, Bolsonaro demitiu Mandetta, que fez parte da formação original de seu governo. Em seguida, Nelson Teich assumiu a pasta, mas pediu demissão menos de um mês após anunciado, também, por não concordar com a condução do presidente referente ao uso de remédios sem eficácia comprovada para tratamento precoce por infectados ainda na fase inicial da doença. Inclusive, é importante pontuar que os dois ex-ministros são médicos, Mandetta tendo atuado por cinco anos no cargo de Secretário de Saúde de Campo Grande (MS) e Teich, após ter fundado e atuado dez anos em um instituto sem fins lucrativos dedicado a pesquisas

---

<sup>17</sup> Pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro em televisão e rádio no dia 24 de março de 2020. Disponível em: <<https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/pronunciamentos/pronunciamentos-do-presidente-da-republica/pronunciamento-em-cadeia-de-radio-e-televisao-do-senhor-presidente-da-republica-jair-bolsonaro>> Acesso em 15 mar. 2021.

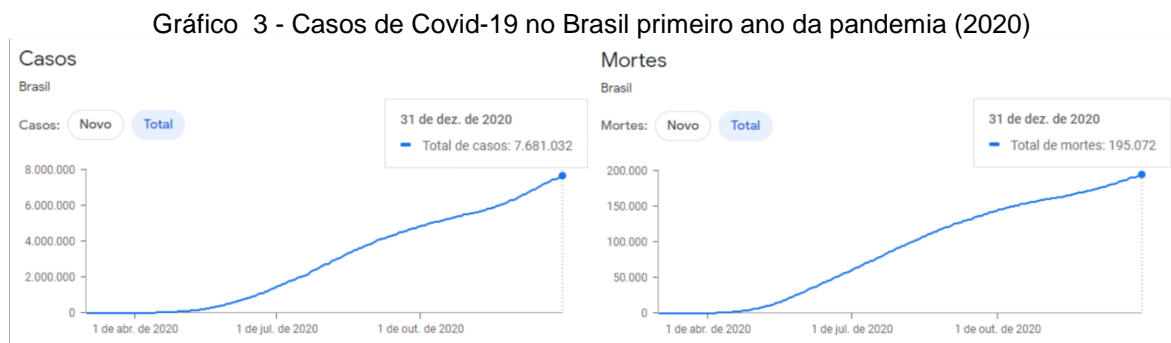
<sup>18</sup> Ministro da Saúde, Henrique Mandetta em entrevista coletiva de imprensa no dia 28 de março de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Tvd93R7m42o>> Acesso em 15 mar. 2021.



sobre o câncer, foi consultor sênior na Teich Health Care, que faz planejamento e execução de projetos em saúde.

Ao mesmo tempo em que criticava a defesa do isolamento social e evidenciava a crise nas pastas do governo, o presidente Bolsonaro em diversas ocasiões reforçava críticas às autoridades estaduais. Dentre alguns movimentos contrários a esses, o presidente incitou os empresários a “jogar pesado”<sup>19</sup> para pressionar a reabertura dos comércios e pediu aos seus apoiadores para entrarem em hospitais para verificar se leitos realmente estavam sendo usados<sup>20</sup>. Do lado contrário, governos estaduais pediam apoio financeiro da União para enfrentar a pandemia, dentre os pedidos estavam: renda básica para brasileiros, repasses extra, linha de crédito para aplicação em serviços de saúde, equipamentos para saúde, adiamento da dívida com a União etc<sup>21</sup>.

Os dados sobre a evolução dos casos de Covid-19 no Brasil (gráfico 3) e em Alagoas (gráfico 4) apresentam reflexos importantes como o problema de saúde pública se tornou também um problema político e refletiu na quantidade de contágio no primeiro ano da pandemia:



Fonte: Universidade Johns Hopkins. Elaborado por: Google Notícias<sup>22</sup>

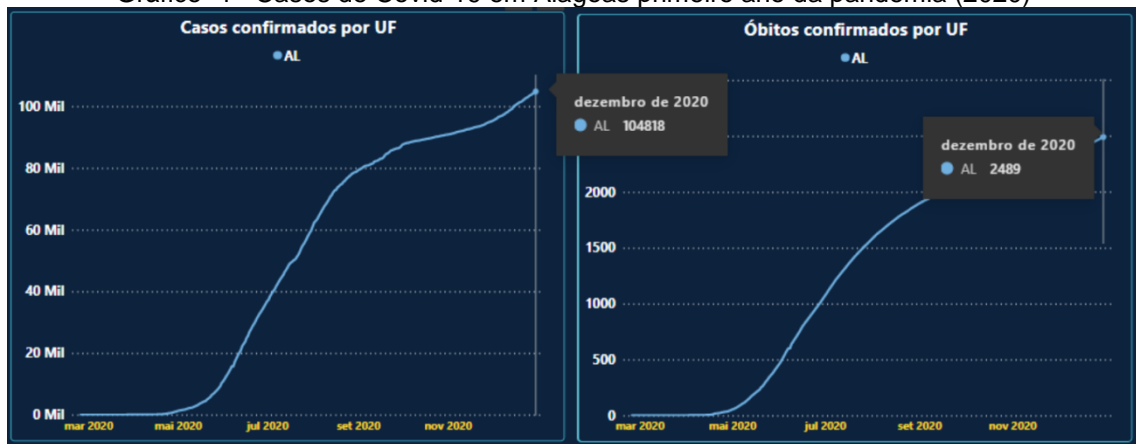
<sup>19</sup> De acordo com o site valor.globo, o presidente Jair Bolsonaro em teleconferência com empresários no dia 14/05/2020, fala que precisa jogar pegado contra governadores. Disponível em: <<https://valor.globo.com/politica/noticia/2020/05/14/bolsonaro-diz-a-empresarios-que-preciso-partir-para-cima-de-governadores-porque-guerra.ghtml>> Acesso em 15 mar. 2021.

<sup>20</sup> Matéria publicada no site noticias.uol expõe que o presidente Bolsonaro durante live incentiva a população invadir hospitais para verificar se leitos estão sendo usados. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/ansa/2020/06/12/bolsonaro-incentiva-invasao-a-hospitais-para-chechar-ocupacao.htm>> Acesso em 15 mar. 2021

<sup>21</sup> Veja carta na integra dos governadores a Bolsonaro em março de 2020, disponível em: <<https://exame.com/brasil/governadores-enviam-carta-a-bolsonaro-dizendo-que-vaio-manter-isolamento/>> Acesso em 15 mar. 2021.

<sup>22</sup> Dados disponíveis em: <<https://news.google.com/covid19/map?hl=pt-BR&gk=BR&ceid=BR%3Apt-419&mid=%2Fm%2F015fr&gl=BR>> Acesso em: 27 dez. 2022.

Gráfico 4 - Casos de Covid-19 em Alagoas primeiro ano da pandemia (2020)



Fonte: Brazil.io. Elaborado por: SEPLAG/AL<sup>23</sup>

Os gráficos tanto do Brasil quanto de Alagoas mostram que a partir de maio de 2020 há uma evolução no crescimento de casos confirmados. Tomando Alagoas como exemplo, no mês de abril de 2020, o governo estadual flexibilizou algumas medidas emergenciais do decreto, dando autorização para alguns segmentos comerciais voltarem a funcionar. No início desse mês, segmentos das indústrias, restaurantes e bares no sistema “pegue e leve”<sup>24</sup> e lojas de materiais de construção foram autorizados a funcionar. E, no final do mês, papelarias, livrarias, bancas de revistas, concessionárias de veículos, lojas de aviamentos e tecidos também foram autorizados a reabrir. Medidas similares foram adotadas em diferentes estados brasileiros. Com uma maior circulação de pessoas pela reabertura de segmentos, o número de infectados e óbitos começou a aumentar, com tendência a picos elevados (gráficos 3 e 4).

Conforme exposto em momento anterior, a partir de junho de 2020, os governos estaduais passaram a retomar a abertura do comércio de forma gradativa, período em que se pode ver uma curva ascendente, confirmando a tendência de picos elevados de contágio.

Comparando o gráfico 3 e 4, os dois apresentam crescimento de casos e óbitos no mesmo período. Ou seja, após a diminuição da rigidez das medidas

<sup>23</sup> Evolução casos de Covid-19 em Alagoas primeiro ano de pandemia. Dados disponíveis em: <<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZDdmMTE3N2UtZWU1NS00MWRmLTg0MmYtNmE3ZmJjNjg5ZmYwliwidCI6IjlxNzAxZWVRLWM3ZjctNDA0Ny04YzVjLTkyMDMxOGE4NmYxMSJ9&pageName=ReportSection889e35e470b1cec7b8e9>> Acesso em: 27 dez. 2022.

<sup>24</sup> “Pegue e leve” são compras realizadas via telefone, aplicativo ou meio eletrônico e depois a retirada da mercadoria na porta do estabelecimento.

preventivas, a taxa de contágio começou a subir, apontando os riscos de adotar políticas de flexibilização do isolamento social.

Os conflitos entre o governo federal e os governos estaduais, entre Bolsonaro e a sua equipe de governo, aprofundou a crise no Brasil, dificultando a condução de estratégias para enfrentar a pandemia, inclusive implicando no distanciamento do Ministério da Saúde das Secretarias Estaduais e Municipais de Saúde. Dessa forma, as evidências mostram que uma crise de saúde pública se tornou também uma crise política, especialmente no Brasil.

A falta de posicionamento único provocou incertezas na população, principalmente relacionada à economia e ao desemprego. Em diversos momentos, o presidente reforçava que o Brasil não podia parar, pois o isolamento social iria quebrar a economia, falir os negócios e gerar desemprego. O medo do desemprego e da fome ganhou força na população, que passou a pressionar governadores e prefeitos para reabrir o comércio.

## **2.2 Comunicação digital e Saúde Pública: controvérsias públicas sobre a pandemia nas páginas oficiais do Governo de Alagoas**

A comunicação no campo da saúde existe, no Brasil, desde o século XX. De acordo com Araújo, Cardoso e Murtinho (2009), nessa época começava a se descobrir a importância do indivíduo na prevenção de diversas doenças, apontando a adoção de medidas de higiene como uma mudança necessária para evitar doenças. A comunicação, então, é implantada nas políticas públicas de saúde para transferência de informações, como forma de modificar comportamentos e hábitos de higiene da população. Nesse sentido, uma das características desse período era que somente as instituições tinham a oportunidade de transmitir o saber médico-científico, e realizar campanhas sazonais e emergenciais.

Ao longo do tempo, a comunicação na saúde sofreu modificações, “principalmente o notório aumento e diversificação das vozes que publicamente falam de comunicação no campo da saúde” (ARAÚJO, CARDOSO, MURTINHO, 2009, p. 106), e, com os avanços tecnológicos, esse movimento se tornou ainda mais evidente. Nos dias de hoje, observa-se uma maior participação da sociedade nas discussões sobre saúde.

As novas possibilidades tecnológicas das redes digitais possibilitaram a disseminação dos conteúdos e das opiniões das pessoas. O que antes era falado em rodas de conversas com pessoas próximas, hoje é divulgado e pode ser compartilhado por milhares de pessoas, sendo essa nova dinâmica facilitadora da circulação das ideias e dos discursos. Mas também, a depender dos seus usos, podem se constituir como ferramentas impulsionadoras de desinformação.

Esse movimento, que já não é uma novidade, aumentou durante a pandemia da Covid-19. É possível observar que as redes sociais se tornaram um instrumento importante na busca por informações e de compartilhamentos de conteúdos sobre o novo coronavírus. Decorrente desse maior fluxo de informações por todos os lados, também é vivenciado uma intensificação de narrativas divergentes entre o campo sanitário, científico, econômico e político nesse período, especialmente no Brasil.

Na visão de Foucault (1996 *apud* ARAÚJO, 2020) as sociedades utilizam o discurso como ferramenta de controle, na intenção de controlar a realidade, pois, nessa visão, a realidade é construída através dos discursos. É possível descrever situações atuais a partir dessa alegação, como, por exemplo, a intensificação nos últimos meses de conteúdos de diferentes campos falando sobre o novo coronavírus, pretendendo ensinar às pessoas o que é certo ou errado, o que deve ou não ser feito, o que deve ou não ser usado etc.

O entendimento dessas relações de poder facilita a compreensão do que Araújo (2012) explica sobre o lugar de onde se fala. Ela diz que o lugar de onde falamos é “um elemento relevante nas condições de produção da comunicação” (p. 52), pois o lugar que o enunciador ocupa pode influenciar na confiabilidade da palavra enunciada.

Para Araújo e Cordeiro (2020), os discursos são regidos por interesses iguais ou divergentes, e elas apontam que

O atravessamento desse fenômeno da linguagem, que é a produção reticular dos sentidos sociais, com o uso das redes sociais digitais como canal privilegiado da fala política, elevou estas redes à condição de um dos principais campos de batalhas discursivas pela condução dos rumos do país. (ARAÚJO e CORDEIRO, 2020, p. 227).

Isso significa que, pelo maior alcance de pessoas que as mídias sociais conseguem atingir, o discurso é usado como estratégia de comunicação na política, no qual instituições públicas e figuras políticas usam a seu favor para fazer circular as suas ideias, propostas e ações, favorecendo-se pela possibilidade de maior

disseminação dessas. Na pandemia da Covid-19, as redes sociais digitais se tornaram mais um canal para o crescimento na polarização do debate político, na tentativa de fortalecer a sua narrativa.

Araújo e Cordeiro (2020) criticam essas práticas comunicacionais das instituições públicas, pois afirma que a comunicação institucional persiste no modelo técnico e unilateral, em que não estabelece diálogo com a sociedade. As autoras apontam que nem o avanço da comunicação nos meios digitais foi capaz de mudar o cenário, e que as instituições públicas usam as redes sociais apenas para fazer divulgar as suas mensagens. E elas avaliam que

Deslocando o olhar do cenário mais geral da comunicação para o pensamento e prática comunicacional das instituições públicas de saúde, em todos os níveis, ou de qualquer lugar em que se trate de saúde, vamos descobrir que predomina uma perspectiva de comunicação não só restrita a informação, mas também uma visão essencialmente instrumental e utilitarista. (ARAÚJO e CORDEIRO, 2020, p. 219).

Em concordância com as autoras, entendemos que esse modelo já não atende à população, que quer falar, quer ser ouvida e considerada como parte da solução. À vista disso, o cenário do novo coronavírus levou a propor uma pesquisa exploratória cujo objetivo era identificar as estratégias de comunicação do Governo de Alagoas e as controvérsias da população nas divulgações da instituição. A pesquisa parte de duas perguntas: (1) Como o Governo de Alagoas e a Secretaria de Estado da Saúde de Alagoas (Sesau) se comunicava com a população sobre o novo coronavírus nas redes sociais? (2) Como as pessoas reagem à comunicação do governo estadual nas redes quando o assunto era a pandemia do Covid-19?

Circunscrevendo a pesquisa às páginas oficiais do Governo de Alagoas no Instagram, fizemos a utilização combinada de duas análises: uma sobre os conteúdos das publicações e outra sobre os comentários nas postagens. Considerando o tema da pesquisa, foram analisadas as páginas do governo e da Sesau. Das 174 postagens publicadas no período de 29 de janeiro a 3 de abril de 2020, nas duas páginas, 86 abordavam o assunto novo coronavírus.

Figura 1 - Captura de perfil das páginas: Governo de Alagoas e Sesau Alagoas



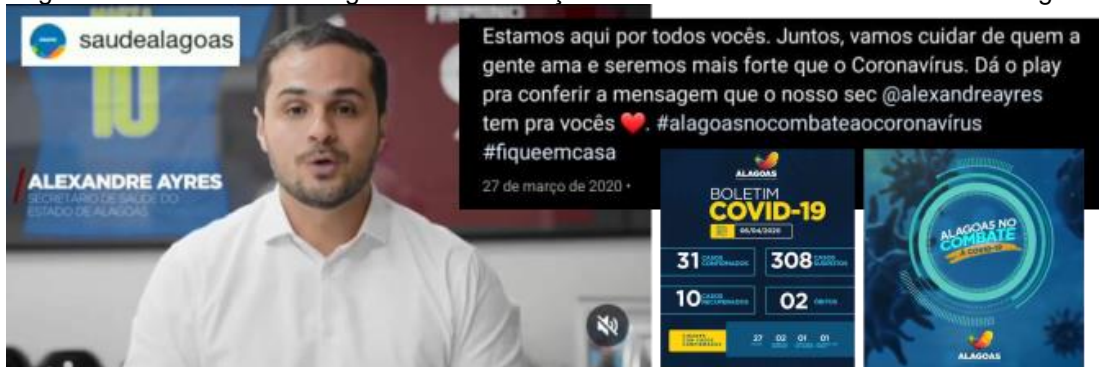
Fonte: Páginas oficiais do Governo de Alagoas<sup>25</sup>

Desde janeiro de 2020, o Governo de Alagoas começou a aderir às estratégias comunicacionais informativas sobre o novo coronavírus nas suas páginas oficiais, tanto do governo e como da Secretaria de Saúde no Instagram. Mas as publicações passaram a ser mais frequentes e consistentes a partir da primeira quinzena de março. Os conteúdos das mensagens passaram a falar sobre as ações de acompanhamento e preparação do estado, e também as medidas de prevenção que a população deveria adotar.

Dentre as campanhas, foi realizada a criação da série “Alagoas no Combate ao Coronavírus”, em formato de vídeo. O conteúdo da campanha procurou orientar e passar dicas de prevenção, alertas e principais sintomas da Covid-19. As páginas do governo e da secretaria também passaram a postar vídeos do então secretário da saúde, Alexandre Ayres, falando sobre as ações do estado contra o novo coronavírus. Ainda, boletins epidemiológicos passaram a ser divulgados em formato de imagens e foi feito *lives* para atualizar a situação do estado na rede do Governo de Alagoas.

<sup>25</sup> Captura de tela feita no dia 03 de maio de 2021. Perfis disponíveis em: <<https://www.instagram.com/governodealagoas/>> <<https://www.instagram.com/saudealagoas/>> Acesso em 03 mai. 2021.

Figura 2 – Primeiras estratégias de comunicação nas redes sociais do Governo de Alagoas



Fonte: Página oficial do Governo de Alagoas<sup>26</sup>

A primeira publicação sobre o novo coronavírus, do dia 29 de janeiro de 2020, foi divulgada na página da Sesau no Instagram. A postagem dizia que no Brasil ainda não havia casos confirmados, mas que havia três casos suspeitos, também informando quais eram os cuidados básicos para evitar o contágio, os sintomas da covid-19 e onde procurar atendimento em caso de suspeita.

A próxima postagem sobre o tema na página foi no dia 28 de fevereiro de 2020, comunicando que havia um caso suspeito no estado e que a equipe estava preparada com o plano de contingência<sup>27</sup> sobre prevenção e tratamento da Covid-19 em ação. Dois comentários questionaram sobre um suposto navio vindo da Itália que iria atracar no Porto de Maceió, mas não houve respostas da página. Em postagens seguintes, as pessoas cobravam o fechamento de portos, aeroportos e rodoviárias, suspensão de aulas e questionavam a preparação dos profissionais de saúde e a disponibilidade de leitos de Unidades de Terapia Intensiva (UTI).

A primeira publicação do Governo de Alagoas no Instagram sobre o tema coronavírus foi feita no dia 9 de março de 2020, informando que os navios que iam atracar em Maceió não vinham da Europa, e sim de águas brasileiras. Como mostra a imagem abaixo:

<sup>26</sup> Recortes das primeiras ações de comunicação do Governo de Alagoas no combate ao novo coronavírus

<sup>27</sup> Plano de Contingência é um planejamento de caráter preventivo e alternativo.

Figura 3 - Primeira postagem sobre o novo coronavírus no instagram @governodealagoas



Fonte: Página oficial do Governo de Alagoas<sup>28</sup>

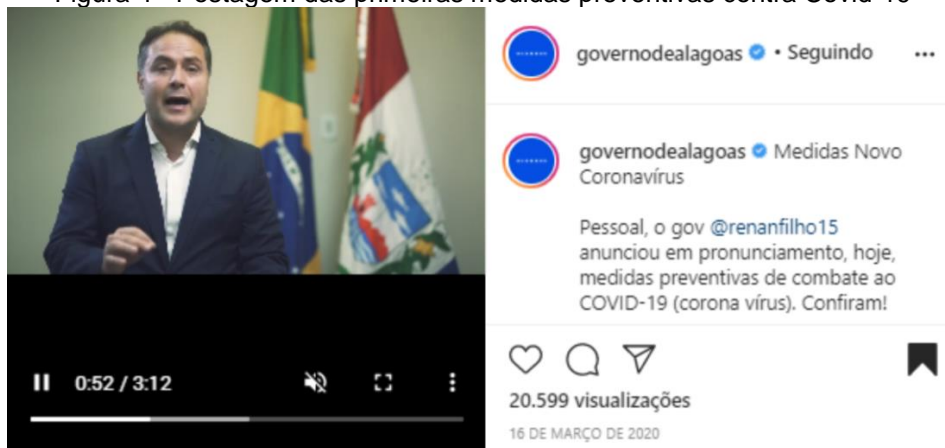
A publicação teve 16 comentários, destes, seis demonstraram receios sobre a informação, como: “Quem confia é o guarda!!!!”, “Tem risco sim esses navios de infecção”. Podemos perceber que o novo coronavírus já gerava receios nos alagoanos à época.

No dia 16 de março de 2020, o governador Renan Filho fez um pronunciamento em vídeo publicado no Instagram do governo sobre medidas preventivas de combate à Covid-19, anunciando algumas restrições no Estado, como a proibição de cruzeiros marítimos no Porto de Maceió, suspensão de públicos em eventos de grande porte e teletrabalho para servidores públicos do estado do grupo de risco do coronavírus. A publicação contou com 163 comentários, grande parte questionando se as aulas nas escolas seriam suspensas, e parabenizando a decisão, mas não identificamos resposta no *post*.

<sup>28</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B9h1yUujmJ6/>> Acesso em: 03 mai. 2021.



Figura 4 - Postagem das primeiras medidas preventivas contra Covid-19



Fonte: Página oficial do Governo de Alagoas<sup>29</sup>

A partir disso, as postagens passaram a ser majoritariamente sobre o novo coronavírus, tanto na página do governo estadual, quanto na da Secretaria de Saúde. Muitas vezes a publicação era replicada nas duas páginas. Os conteúdos falavam, principalmente, sobre os sintomas da Covid-19, os casos confirmados em Alagoas e as ações do governo.

No dia 20 de março de 2020, o governo estadual decretou estado de emergência em Alagoas em decorrência da pandemia, e publicou o vídeo da coletiva de imprensa online que determinou o fechamento por 10 dias do comércio, salvo atividades essenciais:

Figura 5 - Vídeo publicado informando Decreto Estado de Emergência em Alagoas



Fonte: Página oficial do Governo de Alagoas<sup>30</sup>

<sup>29</sup> Publicação do dia 16 de março de 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B9z9njyDbun/> Acesso em: 03 mai. 2021.

As postagens acima geraram muitos comentários de dúvidas sobre quais estabelecimentos iriam fechar, onde buscar atendimento em caso de suspeita de Covid-19, e igualmente parabenizando a decisão.

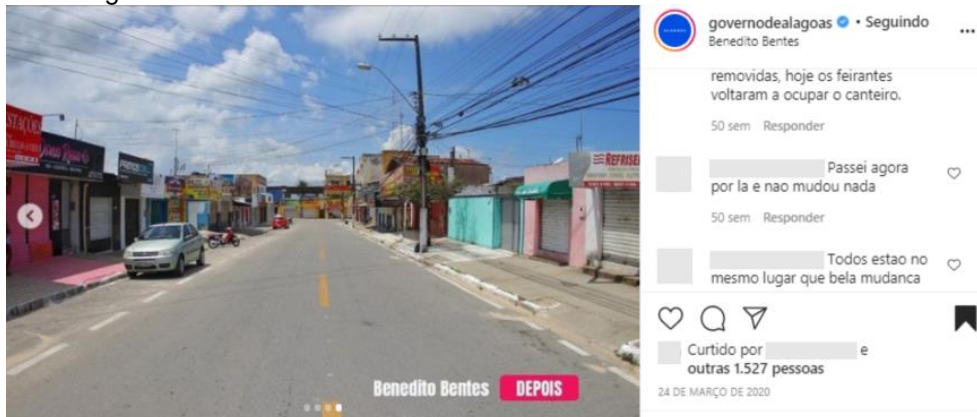
Nos primeiros dias do decreto, a página do governo fez postagens dos principais pontos de comércio em Maceió, como o Jacintinho e o Benedito Bentes, locais normalmente de bastante fluxo, mas que se encontravam praticamente desertos.

Figura 6 - Postagem de foto de uma das mais movimentadas ruas do bairro Jacintinho vazia



Fonte: Página oficial do Governo de Alagoas<sup>31</sup>

Figura 7 - Postagem de foto de uma das mais movimentadas ruas do bairro Benedito Bentes vazia



Fonte: Página oficial do Governo de Alagoas<sup>32</sup>

<sup>30</sup> Imagem capturada no instagram @governodealagoas, link não disponível. Acesso em: 14 mar. 2021.

<sup>31</sup> Publicação do dia 21 de março de 2020, disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B-AsCjwDdH6/>> Acesso em: 03 mai. 2021.

Nos comentários, muitas pessoas parabenizaram a decisão do Governo de Alagoas, junto a Prefeitura de Maceió. Mas também é possível observar nas figuras 6 e 7 que pessoas afirmam ser mentira a realidade no Jacintinho e Benedito Bentes, a que os locais estavam funcionando normal.

No dia 24 de março, o governo anunciou o lançamento da série de vídeos “Alagoas no Combate ao Coronavírus”. Contudo, nos comentários o tema principal foi sobre um pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro nesse dia incentivando a retomada das atividades comerciais. Observam-se as opiniões das pessoas bastante divididas a favor e contra ao pronunciamento. Os comentários exemplificam as divergências entre as pessoas:



Fonte: Página oficial do Governo de Alagoas<sup>33</sup>

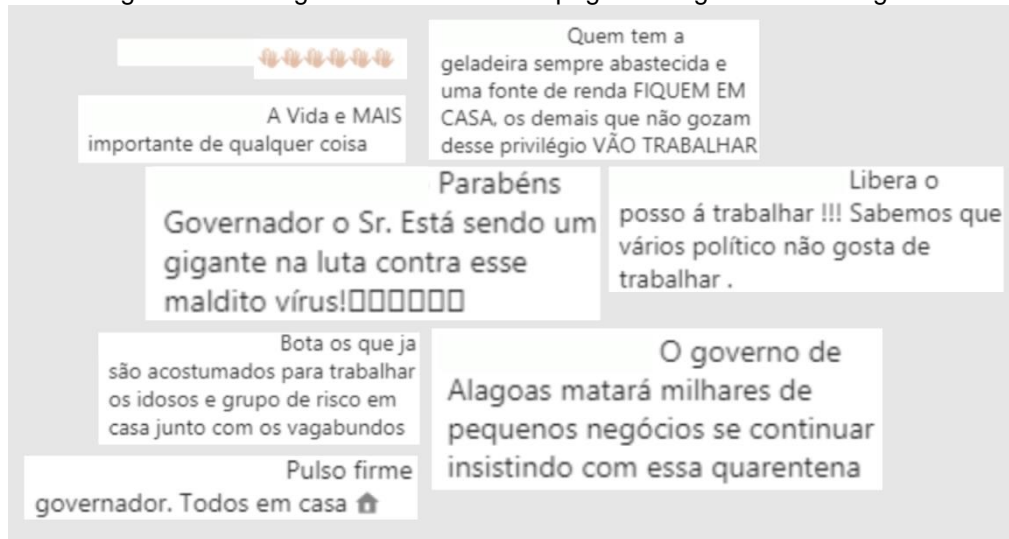
Nos dias seguintes, o Governo de Alagoas e a Secretaria de Saúde passaram a fazer postagens pedindo a colaboração da população, reforçando a necessidade da quarentena no combate a novos contágios e pedindo que as pessoas seguissem o decreto e evitassem sair de casa. Nos comentários, é observado a polarização de opiniões, como a fala a seguir, que parece resumir a situação: “Se não fosse seus

<sup>32</sup> Publicação do dia 24 de março de 2020, disponível em: < <https://www.instagram.com/p/B-IEocDDJA3/>> Acesso em: 03 mai. 2021.

<sup>33</sup> Publicação do dia 24 de março, disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B-l15wrD7ct/>> Acesso em: 03 mai. 2021.

esforços não seriam 11, mas 500 ou mais. Seu trabalho está reduzindo a velocidade do contágio” e outras “Queremos trabalhar !! Quem não quiser fique em casa.”<sup>34</sup>.

Figura 9 - Montagem comentários das páginas do governo de Alagoas



Fonte: Página oficial do Governo de Alagoas<sup>35</sup>

O endurecimento das medidas preventivas dividiu opiniões nos comentários das páginas do Governo de Alagoas e da Secretaria de Saúde. O grupo que discordava do isolamento apresentava uma característica predominante: o medo de perder a fonte de renda da família. Com frequência, as falas das pessoas justificam precisar trabalhar para garantir o alimento em casa, para não fechar pequenos negócios, para não ficar desempregados.

É importante mencionar que, à época, havia apoios e críticas ao isolamento social. Além disso, o Auxílio Emergencial<sup>36</sup> estava em tramitação na Câmara dos Deputados, tendo que ainda, se aprovado, passar por votação no Senado e posterior sanção do Presidente da República.

No dia 29 de março de 2020, o Governo de Alagoas publicou um vídeo do até então Ministro da Saúde, Henrique Mandetta, defendendo o isolamento. O ministro falou que ainda não tinham capacidade para importar para o Brasil todos os equipamentos necessários, por isso ainda não era o momento de liberar as pessoas

<sup>34</sup> Comentários do instagram @governodealagoas entre 25 e 28 de março de 2020. Link não disponível. Acesso em: 03 mai. 2021.

<sup>35</sup> Comentários do instagram @governodealagoas entre 25 e 28 de março de 2020. Acesso em: 03 mai. 2021.

<sup>36</sup> O Auxílio Emergencial foi um benefício financeiro criado para garantir renda mínima aos brasileiros em situação vulnerável durante a pandemia da Covid-19.



para ir às ruas. Na ocasião, ele fala que o vírus ataca o sistema de saúde e ataca o sistema da sociedade, como a educação e a economia:

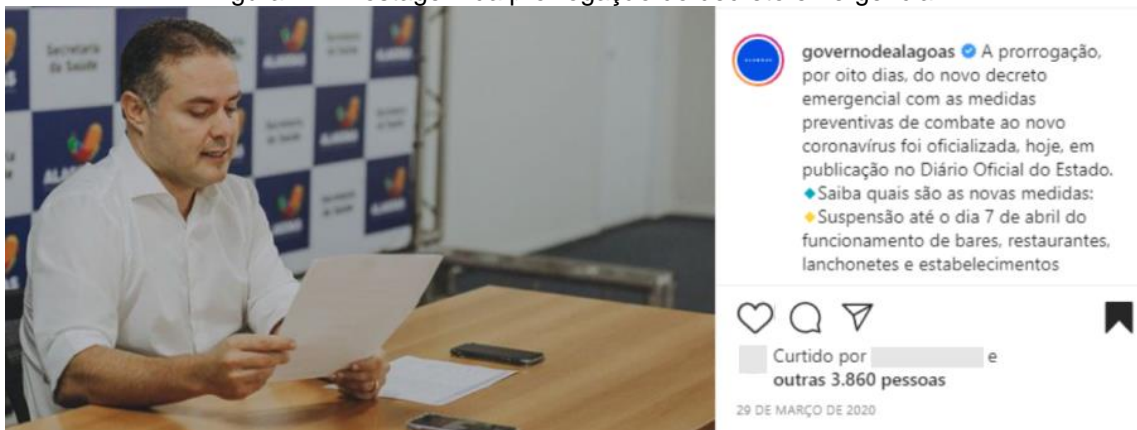
Figura 10 - Postagem do vídeo da coletiva do ministro da saúde, Henrique Mandetta



Fonte: Página oficial do Governo de Alagoas<sup>37</sup>

Na mesma data, o governo prorrogou por mais oito dias o decreto estadual, mantendo a suspensão das atividades comerciais no estado, salvo os serviços essenciais, como indica a postagem abaixo.

Figura 11 - Postagem da prorrogação do decreto emergencial



Fonte: Página oficial do Governo de Alagoas<sup>38</sup>

O post contou com 400 comentários. A publicação foi polêmica e muitos dos comentários perguntavam: “Quem vai pagar as dívidas dos Alagoanos e

<sup>37</sup> Postagem do dia 29 de março. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B-U2qiWDnPF/>> Acesso em: 03 mai. 2021.

<sup>38</sup> Postagem do dia 29 de março. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B-VD69IDSvO/>> Acesso em: 03 mai. 2021.

Alagoanas?” “Quem vai colocar comida na mesa para seus familiares?”. Contudo a maioria entendia a decisão do governo.

No dia 31 de março, Alagoas registrou o primeiro caso de morte por Covid-19 no estado. Entre muitos comentários lamentando a morte, outras pessoas duvidavam da veracidade da notícia, dizendo se tratar de *fake news*, que a causa do falecimento não foi coronavírus. Dentre os 385 comentários, contabilizamos 75 comentários de pessoas questionando o caso, o que representa 19% do total.

Um aspecto interessante deste estudo é que à medida que as páginas do governo estadual foram divulgando mais conteúdos acerca do novo coronavírus, houve um aumento de comentários em uma página antes sem muita interação. Esse aumento coincide com o período que há conflitos entre os governadores dos estados brasileiros e o presidente Jair Bolsonaro.

Já no início de abril de 2020, o governo começava a flexibilizar algumas medidas do decreto, autorizando o funcionamento de alguns setores, como autorização de 100% do efetivo nas indústrias, abertura das lojas de material de construção, abertura de restaurantes na modalidade “pegue e leve”.

Após a nova fase de flexibilização das medidas, no período analisado, foram feitas mais seis postagens sobre a Covid-19, destas, três foram reforçando a importância de ficar em casa e do isolamento social. E a última postagem, no período analisado, foi referente à *live* para esclarecimento de dúvidas da população.

Figura 12 - Postagem da live do secretário da saúde de Alagoas



Fonte: Página oficial do Governo de Alagoas<sup>39</sup>

<sup>39</sup> Postagem do dia 3 de abril de 2020. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B-iXo5yDgZl/>> Acesso em: 03 mai. 2021.

Como resultado desta pesquisa exploratória, é possível visualizar um cenário relevante sobre as estratégias de comunicação do Governo de Alagoas relacionadas à saúde e ao novo coronavírus, assim como sobre o modo como as pessoas reagiram a ela.

No primeiro cenário analisado, nas publicações das páginas oficiais do Governo de Alagoas, foi adotada uma comunicação de caráter informativo. Como citamos em outro momento, embasado nos estudos de Araújo, Cardoso e Murtinho (2009), a comunicação de instituições públicas segue sendo fundamentada como rede transmissão de informações e pouco espaço de diálogo, pois, no período pesquisado, houve uma ausência de respostas para as pessoas que comentaram nas publicações analisadas.

Nas ações informativas dirigidas à população sobre prevenção e sintomas do novo coronavírus, identificamos que a página oficial do governo demorou a fornecer informações, com foco na prevenção. Isso porque, no primeiro informativo sobre o tema, já haviam casos confirmados na cidade de Maceió e o cenário de contaminação já era grave em muitos países. Ou seja, uma campanha de orientação à população já podia estar presente na página do governo desde janeiro.

Apesar disso, como aspecto positivo, percebemos que após o momento em que Alagoas apresentou os primeiros casos, os conteúdos das mensagens mudaram, passando a divulgar diariamente atualizações sobre a situação da doença no estado, alertas e dicas de prevenção.

Outro traço marcante desta análise foi a identificação da polarização nas redes sobre as medidas emergenciais, na qual não foi identificado registros de respostas diretas aos questionamentos e dúvidas, inclusive nos comentários que duvidavam da veracidade das informações. Faltou preparo da equipe, sobretudo no início da pandemia, uma vez que notícias falsas devem ser combatidas e dúvidas têm que ser sanadas.

Ainda, podemos inferir que as postagens no intervalo do tempo analisado, voltadas para o esclarecimento e a orientação das ações do governo estadual sobre o novo coronavírus, desencadearam um crescimento gradual dos comentários ao decorrer dos dias. Ainda assim, faltou engajamento, isto é, interação da página com os seguidores.

Ao analisarmos o segundo cenário, das controvérsias públicas, verifica-se que esse se divide em dois momentos: antes do primeiro pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro e depois. Essa percepção é causada porque antes do governo estadual decretar quarentena, cidadãos cobravam medidas restritivas no estado. E também após a determinação do decreto, os assuntos dos comentários eram de pessoas parabenizando a ação e com dúvidas. E até esse momento, nenhum comentário de crítica à medida.

Contudo, em seguida ao pronunciamento, a interação na página do governo cresceu e as opiniões das pessoas se dividiram: parte das pessoas questionava a quarentena e pediam a reabertura do comércio e escolas. A outra parte apoiava as medidas restritivas.

Outro ponto a salientar é que parte dos comentários frequentemente duvidava das informações passadas pelo Governo de Alagoas. Nesse sentido, as pessoas passam a impressão que não confiavam nesse governo, podendo em algum grau contribuir para a deslegitimação das ações restritivas para controle da pandemia.

Embasamos esse movimento das redes sobre a análise de legitimidade de Bourdieu (1989, p. 15), quando o autor reforça que “o que faz o poder das palavras e das palavras de ordem, poder de manter a ordem ou de a subverter, é a crença na legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia.”. Observamos que essa fragmentação das opiniões das pessoas, a confiança e a desconfiança localizam-se também no campo da crença de legitimidade e das disputas políticas e ideológicas.

### **2.3 Informação e relacionamento em contextos de crise**

A globalização, as tecnologias digitais e as transformações sociais decorrentes da modernidade aceleram a produção e disseminação de informações. Atualmente, é possível acompanhar diversos eventos em tempo real, principalmente nas redes sociais, que ampliam o alcance do que é publicado. A dinâmica das redes intensificou os riscos de crises para as organizações. Assim, eles passaram a fazer parte do cenário organizacional, transformando as áreas de comunicação, administração e relações públicas fundamentais na prevenção e gerenciamento de crises.



O processo de globalização modificou a dinâmica da sociedade e das organizações. Beck (*apud* TEIXEIRA, 2011) aponta que esse processo determinou o surgimento da “sociedade do risco”, termo que representa, na visão do autor, uma sociedade em que as incertezas e dúvidas são constantes, em que riscos passaram a ser constituintes da própria vida das organizações. Ainda, o autor pontua que com o avanço da integração entre os países os riscos da modernidade seriam em escala globais.

Partindo disso, compreendemos que a situação da crise sanitária da Covid-19 se tornou um caso concreto do que Beck (2011) aborda em suas obras. Muitas vezes, os impactos de uma crise são sentido por todos, ainda que em intensidades diferentes em razão de aspectos socioeconômicos dentro e entre países, no sentido de que os vulneráveis são os mais afetados.

Na busca por minimizar riscos, trabalhar a boa gestão nas organizações passou a ser um princípio básico, que consiste em mapear riscos e buscar conter ou minimizar crises. A gestão deve ter como ponto de partida a comunicação integrada pautada nas demandas, nos interesses e nas exigências da sociedade (KUNSCH, 1999). Partindo dessas informações, reduzir os impactos da pandemia do novo coronavírus atravessa o campo comunicacional, uma vez que uma comunicação coordenada tem o poder de mudar os comportamentos e as atitudes das pessoas e mobilizar a participação coletiva na promoção da saúde pública.

As estratégias de comunicação de Kunsch (1999) constituem um exemplo de comunicação assertiva. A autora pontua que a comunicação integrada compreende a junção da comunicação institucional, comunicação de marketing, comunicação interna e comunicação administrativa. Com uma percepção semelhante, Teixeira (2011, p. 36) aponta que “a informação não pode estar somente na mão dos especialistas”, ou seja, a gestão deve integrar diferentes áreas e abranger todos os tipos de comunicação, para que através do diálogo se consiga apontar boas soluções. Nesse sentido, ainda é preciso incluir aqui a comunicação pública, esta tem como foco o interesse público, possibilitando a sociedade o amplo acesso à informação e participação do debate público.

Quando se trata sobre crise, Teixeira (2011) define que é o desdobramento de um risco não administrado e prevenido previamente. Nesse sentido, a crise se

constitui como um cenário negativo de conflito consequente de algum acontecimento, como a que o novo coronavírus apresenta ao mundo.

Para uma melhor compreensão sobre crises, é necessário entender a diferença entre gestão e gerenciamento de crises. Para tanto, Teixeira (2013) explica:

A gestão elabora o processo de planos de ação de todas as etapas e, quando uma crise se desencadeia, passa a se chamar gerenciamento de crise - o processo de aplicação dos planos anteriormente traçados. Gerenciamento é um processo de ações práticas que visam conter uma crise que está acontecendo. (2013, p. 108).

A gestão de crise, como explica Teixeira (2013), envolve o processo de estudo e prevenção de riscos. Já o gerenciamento de crise diz respeito ao ato de por em prática os planos desenvolvidos nos casos em que a crise é desencadeada.

Forni (2018), Teixeira (2011) e outros pesquisadores de comunicação e relações públicas têm argumentado que a boa gestão de crise acontece na prevenção, tendo um bom plano de gerenciamento. Sendo assim, um dos maiores especialistas em gestão de crises nos Estados Unidos, Jonathan Bernstein (2015), produziu sete passos da comunicação preventiva de crise, que foi traduzido por Forni (2018): 1) Mapear todos os riscos potenciais que podem desencadear uma crise; 2) Identificar a equipe de comunicação de crise; 3) Identificação de porta-vozes, para que esses sejam os responsáveis por falar pela organização durante a crise; 4) Treinamento de porta-vozes; 5) Estabelecer sistemas de notificação e sistemas de monitoramento de informações, a fim de identificar riscos; 6) Identificar e conhecer os seus stakeholders; 7) Criar comunicados prévios para uso imediato após o desencadear de uma crise.

Isto significa que o plano de gestão de crise deve prever estratégias como criação de comitê de crise, elaboração de planos de prevenção, planejamento de contingência, treinamentos de responsáveis por falar pela instituição e plano de comunicação.

O comitê de crise deve ter a coordenação de executivos de confiança e que tenham poder de decisão na organização. Teixeira (2011, p. 121) prevê que deve ser “montado com aproximadamente oito pessoas estratégicas dentro da empresa, responsáveis pelas ações a serem planejadas”, ou seja, a responsabilidade dessa equipe é tomar decisões estratégicas no plano de prevenção, estruturando as ações a serem tomadas nos casos de crise.

O plano de prevenção consiste em mapear, analisar, avaliar, tratar e monitorar todos os riscos. Salientamos que o plano precisa ser bem estruturado e todos os riscos mapeados e monitorados a fim de evitar uma crise. Também, o plano deve conter planejamento de contingência em casos necessários, que são ações emergenciais e que precisam ser tomadas com urgência.

Ainda, Forni (2015) aponta para o treinamento dos porta-vozes, sendo comunicadores como relações públicas e jornalistas adequados para essa função. Esse responsável deve estar preparado para enfrentar entrevistas, lidar com situações de pressão, saber a linguagem correta para falar com diferentes públicos, e ter em mente uma recomendação valiosa na comunicação de crise, que é nunca mentir ou fugir de questionamentos.

Outro ponto que deve ser priorizado na prevenção de crises é a comunicação. De acordo com Teixeira (2011), a organização deve manter uma comunicação antes da crise, sendo sua gestão da considerada central. Ainda, a autora aponta fatores que asseguram o sucesso da comunicação de risco:

a realização de um plano que contemple prevenção, preparação, resposta e recuperação; a convocação da comunidade para a deliberação dos riscos, com o objetivo de discussão e conscientização de modo a alcançar um entendimento; a mobilização correta da mídia, pois a falta de um trabalho focado com a imprensa para relatar riscos é um perigo que pode culminar em uma emissão errônea de informações; definição da mensagem adequada para cada público. (TEIXEIRA, 2011, p. 144).

Com base nesses fatores, o plano de comunicação de risco prevê o relacionamento da organização com os seus diferentes públicos, e a manutenção da comunicação permite construir a percepção de uma marca preocupada com a sua audiência, que preza pelo diálogo e pela transparência.

Em um processo envolvendo gerenciamento de crise na área da saúde, como é o caso da crise do novo coronavírus, é essencial implementar a comunicação de risco no sentido de informar, orientar e estimular a conscientização da população acerca dos cuidados necessários para evitar a contaminação pelo vírus. Além disso, criar e manter um bom relacionamento com a população favorece o estabelecimento da confiança, podendo este ser um fator importante de colaboração para a aceitação das soluções necessárias que venham a ser adotadas.

Indo ao encontro com o que foi abordado até então, os autores são unânimes ao afirmarem que nenhuma organização está livre de sofrer uma crise, pois ainda que os riscos sejam monitorados, não se consegue anular a chance de que um risco

se desdobre em uma crise. Contudo, se os passos anteriores tiverem sido executados, a organização estará mais preparada.

É pertinente analisar, tomando como recorte as postagens do Governo de Alagoas no Instagram, as ações e estratégias praticadas por este na área da comunicação a partir da discussão sobre gerenciamento de crise. A crise gerada pelo novo vírus teve diversas dimensões e sua relação com o governo se deu em diferentes estágios. No primeiro momento, surge a crise sanitária que, como Teixeira aponta, nem toda crise pode ser evitada e dessa forma, tendo Alagoas um grande deslocamento diário de pessoas vindas de outros estados, a chegada do vírus na região era inevitável. Em um segundo, o gerenciamento da crise se tornava responsabilidade do governo, visto que cabe a administração pública resolver problemas dessa ordem.

Dentro desse contexto, o gerenciamento de crise prevê que a partir do primeiro momento em que a crise é identificada, é preciso colocar em ação estratégias. Certamente é de se imaginar que a falta de planejamento prévio e direcionamento coordenado gerem impactos ainda maiores na sociedade.

Os desdobramentos sociais, econômicos, políticos, culturais e científicos do vírus, especialmente no Brasil exigiam preparo da gestão pública, no sentido de conduzir políticas públicas de enfrentamento e criar uma comunicação pública eficaz. Percebe-se que houve um despreparo do Governo de Alagoas, sobretudo no início pandemia, para lidar com a crise.

Forni (2007) e Teixeira (2011) convergem sobre a necessidade de transparência com seu público, sendo esta apontada como uma das principais características de um plano assertivo. Ao analisarmos as postagens, constatamos a lacuna entre o relacionamento do governo estadual com a sociedade civil, pois é visualizado que não houve comunicação antes da crise, teve falta de interação, o perfil não respondia as dúvidas e questionamentos. Em consequência disso, foi percebida a desconfiança da população.

No momento de crise, Teixeira (2013) indica que as primeiras ações consistem em responder publicamente a sociedade, fazer um levantamento de dados com o máximo de informações, o que inclui observar o que as pessoas e a mídia estão falando. Indica-se que o responsável por pesquisar e acompanhar os fatos seja da área da comunicação, como o relações públicas, pois

a atividade de relações públicas é de extrema importância para o enfrentamento de crises, pois é ela que deve assumir a responsabilidade pela coleta de informações e pela organização dos contatos com a imprensa e com os públicos de interesse. (KUNSCH, 2006, p. 235-236).

Perante o exposto, é pertinente pontuar que nos últimos anos, muita coisa mudou na realidade atual das redes sociais, as pessoas cada vez mais se reúnem em espaços on-line para debater temas de interesse público. Dessa forma, podemos afirmar que a visibilidade de uma crise se amplifica nesses meios.

Entendemos que a comunicação de crise, na realidade da comunicação digital, continua a seguir estratégias tradicionais. No entanto, a modernidade do tempo atual exige um posicionamento rápido, acessível, descomplicado e humanizado. Quando relacionado essas questões à crise da Covid-19, momento em que há uma busca frenética por informações e que nem todas são confiáveis, a comunicação pública deve tentar acompanhar a velocidade em que a sociedade digere as situações particulares de uma pandemia.

Nesse sentido, a construção de um relacionamento estreito das organizações com os seus públicos é um fator ainda mais significativo nesses momentos, uma vez que se torna mais fácil entender o que as pessoas estão pensando e falando sobre a situação quando a organização dialoga com grupos que estejam envolvidos direta ou indiretamente nos fatos.

O espaço on-line, em especial as redes sociais, é mais um canal que possibilita às instituições abrir espaços de escuta. Essas são espaços em que todo mundo pode alcançar visibilidade, sendo uma ferramenta um pouco mais democrática, mesmo que ainda não em posição de igualdade.

Sob a ótica de relações públicas, o foco de qualquer organização em crise deve se pautar em construir uma gestão da comunicação com clareza e transparência, transmitindo o posicionamento único institucional para seus públicos. Isto é, a comunicação e a gestão de riscos e crises deve ser um elemento priorizado nas organizações.

## **2.4 Desinformação e Opinião Pública em situações de crise: o caso da pandemia da Covid-19**

O mundo atualmente vive a intensificação de ondas de desinformação. Embora o boato e a informação falsa não sejam um fenômeno novo, com a

expansão do acesso à internet nos últimos anos, a desinformação se tornou um assunto de interesse público e de debates em várias áreas, uma vez que passou a ser usada como grande estratégia de determinados grupos para manipular a opinião pública, especialmente nas questões políticas. Na pandemia da Covid-19, no Brasil, a disseminação de desinformação se tornou um fato preocupante, e lidar com ela em situações de crise foi um desafio, visto que dificultava a realização de ações para frear contágios de coronavírus.

A emergência da tecnologia forneceu novas capacidades de organização social. Nesse contexto, Castells (2006) versa que as tecnologias de comunicação permitem o fluxo de troca de informações sem limites de fronteiras, movimento que ele conceitua de 'sociedade em rede'.

No que refere à sociedade em rede, Castells (2006) define:

A sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes. (CASTELLS, 2006, p. 20).

Durante a pandemia, o mundo inteiro estava em alerta sobre as iniciativas para combater o vírus. Nessa conjuntura foi possível perceber o movimento da sociedade em rede em todos os momentos, desde o alerta sobre o surgimento do novo coronavírus até a chegada da vacina. A troca de informações rápida e dinâmica possibilitou a cooperação entre os países, certamente sendo uma das ferramentas mais importantes para iniciar a vacinação em tempo recorde, que contabilizou 10 meses desde o início da pesquisa até o começo da vacinação.<sup>40</sup>

A globalização rompeu limites geográficos, pois permitiu que as pessoas, através do acesso a rede de computadores, pudesse se comunicar e se expressar entre si mediadas por máquinas. Nesse tema, Castells (2006) explica que há uma

explosão de redes horizontais de comunicação, bastante independentes do negócio dos media e dos governos, o que permite a emergência daquilo a que chamei comunicação de massa autocomandada. É comunicação de massas porque é difundida em toda a Internet, podendo potencialmente chegar a todo o planeta. É autocomandada porque geralmente é iniciada por indivíduos ou grupos, por eles próprios, sem a mediação do sistema de media. (CASTELLS, 2006, p.24).

---

<sup>40</sup>10 anos em 10 meses: como cientistas de Oxford criaram em tempo recorde um novo modelo de vacina contra o coronavírus. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-55049893>>

Assim, entendemos que as redes, além de diversificarem vozes, também ampliam o alcance das informações. Uma das características apontadas pelo autor é que há uma explosão de redes independentes dos canais da mídia tradicional, como a televisão e o rádio. Alguns anos depois, é cabível confirmar essa hipótese com a grande ascensão de diversas redes sociais, blogs e sites jornalísticos independentes. Mas assim como o processo de comunicação e a dinâmica da informação se transformaram com o advento das tecnologias e das redes sociais, os processos políticos também foram com as mudanças tecnológicas.

No Brasil atual, é possível observar que a sociedade em rede além de apresentar aspectos positivos, como o surgimento de canais independentes que diversificam vozes e que não precisam ser intermediados por meios de comunicação de massa, também mostra seus lados negativos como a intensificação de notícias falsas, popularmente conhecida como *fake news*, que promovem a desinformação da população.

Atualmente, os termos desinformação e *fake news* são utilizados massivamente como sinônimos, mas a definição desses tem gerado debates recentes na área acadêmica. O uso do termo *fake news* de forma isolada é simplista e vago para classificar o poder da desinformação no espaço público e na formação das opiniões da população. Dessa forma, alguns autores, como Recuero (2018), defendem o uso do termo “desinformação” ao invés de *fake news* para melhor se referir à desordem narrativa nas redes sociais.

De acordo Derakhshan e Wardle (2017 apud RECUERO, 2020), a desinformação pertence as “desordens informativas”, que podem ser: 1) *Disinformation* (desinformação intencional): Informações falsas intencionais que visam enganar as pessoas e manipular a opinião pública; 2) *Misinformation* (desinformação não-intencional): Informações falsas ou incorretas por algum erro, mas que não são intencionais para enganar; e 3) *Malinformation* (desinformação de conteúdo privado): Informações que não são de interesse público, e são divulgadas para agredir alguém, como informações e dados pessoais.

A desinformação, intencional ou não-intencional, quando ganha um alcance significativo na esfera pública, movimento que é intensificado pelas redes sociais, pode interferir nas opiniões e manipular as decisões políticas. Recuero (2020) aponta que um dos principais problemas da desinformação é que quando a

informação falsa é amplamente difundida e prevalece dentro de determinados grupos, as pessoas tendem a acreditar naquele discurso e formar um “falso consenso” (SOON; GOH, 2018, *apud* RECUERO, 2020).

O falso consenso é favorecido pelo que Pariser (2012) chama de bolhas de filtro, que são mecanismos de algoritmos que estudam os comportamentos on-line e através de personalização determinam os conteúdos que os usuários nas redes terão acesso, de acordo com o que a rede entende ser relevante para eles. Uma vez que as bolhas determinam as informações que cada um terá acesso, também mostram pessoas e grupos que compartilham de opiniões parecidas. Dessa forma, quando um discurso prevalece em determinados grupos, cria-se uma falsa percepção de consenso e de opinião pública.

Com o intuito de definir opinião pública, primeiro sinaliza-se que, de acordo com Charaudeau (2016, p. 37) “diante da diversidade dos grupos sociais, só pode haver opiniões diversas”, ou seja, não existe uma opinião pública, e sim opiniões. Lippmann (2008) aponta considerações sobre o que pode ser determinado por opinião pública:

Aqueles aspectos do mundo exterior que têm a ver com o comportamento de outros seres humanos, na medida que o comportamento cruza com o nosso, que é dependente do nosso, ou que nos é interessante, podemos chamar rudemente de opinião pública. As imagens na cabeça destes seres humanos, a imagem de si próprios, dos outros, de suas necessidades, propósitos e relacionamentos, são suas opiniões públicas. Aquelas imagens que são feitas por grupo de pessoas, ou por indivíduos agindo em nome de grupos, é Opinião Pública com letras maiúsculas. (LIPPMANN, 2008, p.40).

Em outras palavras, para que as opiniões de grupos ganhem amplitude, o uso do termo opinião pública se tornou comum nos meios políticos e midiáticos como forma de homogeneizar grandes grupos com interesses, opiniões e vontades em comum, para que estes ganhem mais força de representação, reivindicação e voz. Dessa forma, “partiremos, pois, da ideia de que a opinião existe na medida em que se manifesta e influi na vida social.” (CHARAUDEAU, 2016, p. 42).

De acordo com pesquisa realizada por cientistas do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT, na sigla em inglês), nos EUA, as notícias falsas têm 70% a mais de chance de se espalharem do que notícias verdadeiras. Deste modo, uma das principais consequências da desinformação é que uma vez a desinformação espalhada, há um problema em conseguir atingir esse público com a comprovação que a notícia é falsa. E também, depois de formada a opinião, dificilmente as



peças descredita, mesmo quando as informações são comprovadas como falsas (NYHAN; REIFLER, 2010, apud RECUERO, 2020).

Pode-se observar esse movimento no caso da pandemia da Covid-19. A desinformação é parte do problema da pandemia, pois essa ganhou maiores proporções com a velocidade dos impactos negativos que circulam nas redes sociais. É possível listar algumas das principais informações falsas ou insustentáveis que circularam: incentivo a uso de medicações sem comprovação científica; a ideia de que a máscara oferece risco à saúde; receitas milagrosas para a cura da Covid-19; o discurso de que as vacinas contra a Covid-19 não são seguras e causam doença; entre outras.

No Brasil, em especial, a desinformação tem sido intensificada no discurso político dos últimos anos. O site Aos Fatos<sup>41</sup>, que é destinado ao monitoramento de fatos e desinformação, verificou que o presidente Jair Bolsonaro, do início da pandemia até o dia 21 de outubro de 2020, declarou 710 informações falsas ou distorcidas sobre o coronavírus<sup>42</sup>. Dentre os assuntos mais marcantes das falas do presidente, destaca-se a insistência na defesa do uso da cloroquina na prevenção e tratamento da Covid-19, medicamento sem comprovação científica de eficácia e segurança contra o coronavírus até o momento.

Estudos apontam que a polarização política influencia as percepções das pessoas sobre a pandemia (ALLCOTT *et al.*, 2020, apud RECUERO; SOARES; ZAGO, 2020). Ou seja, o discurso tende a ser aceito ou rejeitado dependendo do posicionamento político das pessoas. Lippmann (2008) já apontava que:

O que cada homem faz está baseado não em conhecimento direto e determinado, mas em imagens feitas por ele mesmo ou transmitidas a ele. Se o seu atlas diz que o mundo é plano ele não navegará próximo ao que imagina ser o limite de nosso planeta com medo de despencar. (LIPPMANN, 2008, p. 37).

Nesse sentido, apontar o contexto político na disseminação da desinformação na pandemia é importante, particularmente no Brasil, pois o país vive uma polarização desde as eleições 2018. E mais uma vez, a divisão da sociedade é incentivada durante a crise da Covid-19 por discursos contrários ao que recomenda

---

<sup>41</sup> Aos Fatos é um site jornalístico independente de verificação de fatos.

<sup>42</sup> O site Aos Fatos checkou todas as informações dadas pelo presidente Bolsonaro, a matéria fala de declarações até o dia 21/10/2020. Confira matéria em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/ao-atacar-vacina-chinesa-bolsonaro-distorce-fatos-e-cita-informacao-falsa/>>. Último acesso em: 15 mar. 2021.

a ciência e a OMS, buscando mobilizar e manipular a opinião pública a adotar comportamentos nocivos à saúde coletiva, por causa de propósitos políticos.

### **3. A PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS EM CONTEXTO DE CRISE: O CASO DA PANDEMIA DA COVID-19**

O Brasil enfrenta, desde o final de fevereiro de 2020, uma crise de saúde pública decorrente do novo coronavírus. Diante do novo cenário, os meios de comunicação entraram em ação fazendo uma grande cobertura jornalística a respeito da prevenção, medidas de restrição e do panorama da doença no Brasil e no mundo.

No mundo on-line, podemos observar diariamente uma grande quantidade de conteúdos circulando em relação à doença, principalmente nas plataformas de redes sociais, como Facebook, Instagram e WhatsApp. Mas esses espaços apresentam um grande problema: a circulação de notícias falsas, popularizada como *fake news*. O problema já é bastante conhecido e o surgimento do novo vírus potencializou a propagação da desinformação e notícias falsas nas redes sociais a respeito da pandemia da Covid-19.

Precisamos considerar que pessoas desinformadas tornam-se, em alto potencial, disseminadores de *fake news*, situação que se torna um ciclo. À vista disso, ressaltamos a importância dos profissionais de relações públicas na pesquisa de opinião pública e no planejamento de gerenciamento de crises. Isso é necessário na medida em que é preciso conhecer as percepções da população para possibilitar a proposição de soluções para o combate da desinformação online, principalmente em situação de crise de saúde pública, que requer a participação consciente da população para evitar a contaminação em massa.

#### **3.1 Relações públicas em contextos de crise**

Na área de comunicação, em especial, na atividade de profissionais de relações públicas, a base principal para atuar em qualquer situação é o acesso a todas as informações em tempo real. Isso possibilita o planejamento e a antecipação de ações preventivas, para que assim, mesmo que a crise chegue por razões que independam de fatores humanos, a organização esteja preparada para as tomadas de decisões, buscando minimizar os danos.

As crises surgem de situações adversas. Para Mitroff (*apud* FORNI, 2003, p. 363), uma crise pode ser definida como algo que “não pode ser completamente contido dentro das paredes de uma organização”. Já Teixeira (2011, p. 4) define a crise como “um desdobramento de um risco, conhecido ou não pela corporação.”. E podemos apontar que nenhuma organização está livre da possibilidade de uma crise, mesmo que seja por uma situação que foge ao controle humano. Ainda de acordo com Bauman (*apud* TEIXEIRA, 2011, p. 10, grifo nosso), “por conta da sua ausência [de confiança] e de uma grande presença de inúmeros riscos e crises iminentes, a população encontra-se entregue à fragilidade humana, trazendo consequências difíceis de prever”.

Para qualquer profissional conseguir atuar com eficiência em situações de crise é preciso estabelecer um bom plano de administração de crise, começando com um programa que consiga evitar conflitos dentro da própria organização e contradições entre informações passadas para a sociedade. Conforme explica Forni (2011):

É possível superar as crises? Sim. Desde que a organização seja reconhecida pela sociedade pela atuação ética e responsável e adote um relacionamento permanente e consistente com a mídia. Para isso, não basta uma boa explicação. Fundamentar-se na verdade e na transparência ajuda a amenizar desgastes na imagem. (FORNI, 2011, p. 414).

Em contextos de crise, os profissionais de relações públicas são ainda mais fundamentais no planejamento da comunicação para avaliar a situação em tempo real, assumir a responsabilidade sobre a coleta de informações internas e externas e “auxiliar a empresa a amenizar a repercussão da crise” (FORNI, 2007, p. 199). Ou seja, o profissional deve estar alinhado com a organização e com os públicos de interesse, assim como estar nos ambientes em que esses públicos estão se comunicando e trocando informações para que consiga monitorar constantemente o que está sendo falado.

Na sociedade atual, em que se vive imerso em grandes volumes de informações, em que as pessoas estão cada vez mais consumindo mídias alternativas e usando a internet como uma das principais fontes de informações sobre o que está acontecendo no mundo em relação a diversos temas. E que, além disso, também usam espaços como as redes sociais para expressar as suas opiniões e compartilhar notícias. Esses fatores aceleraram o processo em que as organizações precisam ser cada vez mais rápidas para se comunicarem com o seu

público em situações de crise. Dessa forma, é necessária uma equipe qualificada para coletar o máximo de dados possíveis e, principalmente, anotar todas as dúvidas para divulgar as respostas pertinentes para esclarecimento da população.

A internet surgiu como uma alternativa para consumo de informações para milhares de brasileiros. Mas, como comunicadores, é preciso ponderar que em uma sociedade imersa em desigualdades sociais, a falta de acesso à informação de qualidade continua a ser uma realidade no Brasil.

A expansão do consumo on-line fez as pessoas terem mais contato com notícias falsas e, como consequência, muitas delas passaram também a alimentar as desinformações compartilhando com outras pessoas. Esse problema é uma nova oportunidade para perceber como as ações do profissional de comunicação devem priorizar campanhas de educação midiática para o consumo consciente de informações na internet.

A comunicação de crise que envolva toda ou grande parcela da população deve atentar-se aos formatos da comunicação, aos canais em que as informações estão sendo inseridas e à linguagem empregada em campanhas. É preciso considerar as limitações de conhecimento das pessoas e de acesso à internet, porque, sobretudo, é fundamental garantir o direito de acesso à informação, que é um elemento central no combate à crise de saúde pública.

Baseando-se nos estudos de González-Herrero e Smith (2008) e Mei, Bansal e Pang (2009), Teixeira (2011) apresenta quatro passos para um modelo de gestão e gerenciamento de crises online. São eles:

- 1 passo – Issue Management: Preparar a empresa para o ambiente virtual; Levantar as vulnerabilidades; Identificar stakeholders; Treinar a equipe de comunicação; Monitoramento constante da marca.
- 2 passo – Planejamento e prevenção: Estabelecer uma comunicação online; Criar ou treinar o comitê de crise; Desenvolver um manual de crise; Desenhar respostas de acordo com cada rumor.
- 3 passo – Gerenciamento de crise: Fazer uma análise rápida da mídia e monitorar o que está sendo falado; Avisar o time de crise; Dar feedback na internet; Usar a Web para fornecer informações importantes; Usar a tecnologia de vídeo para transmissões; Combinar o gerenciamento de crise tradicional com o da Web.
- 4 passo – Pós-crise: Monitorar os reflexos da crise; Manter a comunicação com post atualizados; Avaliar a crise, revendo pontos positivos e negativos; Definir estratégia de comunicação digital para reconstruir a reputação da marca. (TEIXEIRA, 2011, p. 9).

Ademais, Forni (2007) explica que negar ou minimizar uma crise é um grande erro, pois não há mais como enganar a opinião pública. O autor defende que, como

comunicador, é preciso mostrar a realidade, sendo transparente e retratando os fatos, pois a comunicação serve para esclarecer as pessoas. Na mesma direção, Teixeira (2011, p. 10, grifo nosso) afirma que “ao mesmo tempo [que é preciso comunicar com transparência], é importante enviar mensagens certas e adequadas, com coerência, com posicionamentos corretos para os públicos de acordo com os 10 objetivos e valores da organização”.

Corroborando as afirmações dos autores citados, e em defesa do papel importante do profissional de relações públicas em contextos de crise, acreditamos que as organizações e a comunicação de crise devem, em primeiro lugar, priorizar o atendimento, a informação e a comunicação para a população. E que a área da comunicação deve trabalhar junto a outros profissionais em prol da sociedade, buscando esclarecer e minimizar os efeitos de uma crise. Em contextos como esse, a comunicação é um caminho e uma oportunidade de sair na frente, de conhecer a opinião pública e de informar com clareza e verdade, pois a população não espera menos do que isso.

### **3.2 Pesquisa de opinião pública sobre a crise do novo coronavírus**

Desde que surgiram os primeiros casos do novo coronavírus no Brasil, ainda que o alerta do potencial impacto do novo vírus tenha sido dado, iniciaram-se contradições informativas, assim como oposições de opinião e de recomendações no âmbito da administração pública. De um lado, especialistas da área da saúde, governadores estaduais e o Ministério da Saúde afirmando que a medida mais eficaz, até o momento, para conter a propagação do vírus seria o distanciamento físico entre as pessoas. Do outro, o Presidente da República, Jair Bolsonaro, e o Ministro da Economia, Paulo Guedes, ambos apresentando impasses e opiniões contrárias às medidas de isolamento social assumidas por todo o mundo, especialmente as mais radicais, como o *Lockdown*<sup>43</sup>.

Essa pesquisa surgiu de uma inquietação diante dos dados que apontavam baixa adesão de alagoanos e alagoanas às medidas de isolamento social, através das notícias que indicavam que Alagoas era um dos estados que mais

---

<sup>43</sup> *Lockdown* é um termo inglês que significa confinamento ou bloqueio total de determinada área, situação em que há restrição de circulação das pessoas nos espaços públicos.

desrespeitavam as recomendações da Organização Mundial de Saúde e autoridades sanitárias e de saúde de isolamento social<sup>44</sup>. Mesmo diante do crescimento exponencial de pessoas infectadas pelo vírus, assim como de óbitos, as pessoas continuavam se aglomerando em locais públicos, postando em suas redes sociais encontros com amigos, festas, praias etc. Tratava-se de um fato preocupante, especialmente porque as consequências não eram imediatas, mas seriam sentidas nas semanas seguintes. As pessoas, de um modo geral, pareciam ainda não ter consciência sobre os riscos da Covid-19. Como isso era possível?

Por meio da pesquisa, buscamos investigar como a disputa de narrativas em torno da crise do novo coronavírus se refletia na percepção da população sobre a pandemia – o que poderia explicar seus comportamentos. Debruçando-nos sobre o caso do público alagoano, pretendíamos entender mais precisamente como as grandes divergências de discurso em relação ao tema tinham impacto no modo como as pessoas compreendiam as medidas de isolamento social e de contenção da crise, que se estendiam à dimensão econômica da sociedade.

A hipótese principal desse trabalho era que o desrespeito ao isolamento social se refletia na desconfiança da população quanto aos governantes brasileiros na condução da crise de saúde pública. Outra hipótese era a despolitização da sociedade, muitas vezes associada à identificação com políticas de extrema-direita, como um elemento que atravessava o comportamento daqueles que se opunham às medidas de proteção da saúde pública, como o isolamento social, desconsiderando a sobreposição do interesse coletivo em detrimento do privado. Esse último caso era objeto de crítica do presidente Jair Bolsonaro, para quem as medidas de isolamento eram exagero, tornando-se objeto de disputada política com os governos estaduais.

Para testar essas hipóteses, optamos por uma pesquisa quantitativa com aplicação de questionário on-line. Primeiramente, a escolha on-line foi determinante para conseguir viabilizar a coleta de dados durante a quarentena em Alagoas, período em que as pessoas possivelmente passaram a acessar mais as suas redes sociais. Esse tipo de pesquisa, no Brasil, também tem se mostrado bastante importante e uma oportunidade para pesquisadores, pois os brasileiros têm a segunda maior frequência diária de acesso a internet do mundo, de acordo com uma

---

<sup>44</sup> Índice de isolamento social em Alagoas tem média de 52,47%. Disponível em: <<https://g1.globo.com/al/alagoas/noticia/2020/04/16/indice-de-isolamento-social-em-alagoas-tem-media-de-5247percent.ghtml>> Acesso em: 27 dez. 2022.

pesquisa da GlobalWebIndex<sup>45</sup>. Os dados apontam que nos três primeiros meses de 2019, o Brasil passou em média 225 minutos por dia conectados. Nesse sentido, a internet se mostra como um meio importante quando se busca alcançar muitas pessoas e não se tem muito recurso financeiro, por ser mais barato em relação a outros métodos.

Mesmo sabendo que o isolamento tem sido uma medida efetiva de combate à Covid-19, algumas autoridades brasileiras resistiam em adotar tais medidas. Bem como a conduta de muitas pessoas iam contra as recomendações de isolamento social. A junção desses fatores gerou o interesse em alcançar mais pessoas para conhecer as opiniões delas a respeito do novo coronavírus.

Na posição de investigadores da área da comunicação, este trabalho serve para reforçar que a pesquisa em tempos de crise é importante para gerar mais conhecimento. A metodologia de desenvolvimento desta pesquisa é dividida em cinco etapas: 1) elaboração do projeto; 2) desenvolvimento do questionário; 3) pesquisa-piloto; 4) aplicação do questionário à população pesquisada; 5) tabulação e tratamento dos dados.

### 3.2.1 Objetivos

#### Geral

Investigar a percepção da população alagoana sobre as medidas de contenção da crise decorrente da pandemia do novo coronavírus (Covid-19) no Brasil.

#### Específicos

- Identificar a opinião dos alagoanos sobre as medidas adotadas pelo governo federal e pelo governo estadual para a crise do COVID-19;
- Identificar os principais meios de acesso à informação dos respondentes sobre o coronavírus;
- Compreender a percepção das pessoas sobre o papel de regimes democrático em crises como a do COVID-19;

---

<sup>45</sup> Pesquisa realizada pela GlobalWebIndex em 2019. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/09/brasil-e-2-em-ranking-de-paises-que-passam-mais-tempo-em-redes-sociais.html>> Acesso em: 03 mai. 2021.



- Verificar a opinião das pessoas sobre medidas de isolamento e contra isolamento durante a presente crise.

### 3.2.2 Metodologia

Determinar o método ou os métodos a serem adotados em uma pesquisa é escolher “a forma de abordagem do problema” (RICHARDSON, 1989, p. 29) que dependem, sobretudo, do fenômeno que se está estudando. O método ou os métodos irão determinar a construção e aplicação dos instrumentos da pesquisa, o tratamento da coleta de dados e a descrição do resultado do seu estudo.

Uma pesquisa pode ser quantitativa ou qualitativa, esses são os dois grandes métodos adotados por pesquisadores. Richardson (1989) afirma que um método não é melhor que o outro, mas que ele define como o pesquisador vai descrever e explicar os fenômenos. Miguel (2011, p. 40) complementa afirmando que a escolha do método define “o procedimento utilizado pelo pesquisador para obter os resultados”.

Richardson (1989, p. 29) explica que o método quantitativo, como o nome já propõe, é caracterizado “pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento dessas através de técnicas estatísticas”. Ou seja, uma pesquisa quantitativa coleta as informações e expressa os resultados em números, através de estatísticas, gráficos, porcentagens etc. Mas é preciso evidenciar que, para que esse processo seja possível, o método deve ser definido antes da coleta dos dados, para que o instrumento de pesquisa esteja ajustado à metodologia escolhida.

Em relação ao método qualitativo, “os pesquisadores tendem a analisar os dados indutivamente” (MIGUEL, 2011, p. 40), pois ele é definido pelo estudo dos comportamentos humanos através da subjetividade. Através de técnicas, percepções e da experiência do pesquisador, o estudo busca conhecer as características mais subjetivas do fenômeno. Richardson (1989, p. 38) aponta que nesse método, é bastante usado o de “critérios, categorias, escalas de atitude ou, ainda, identificar com que intensidade, ou grau, um conceito, uma atitude, uma opinião se manifesta.”.

Para este estudo, utilizamos o método quantitativo, por entender que ele possibilitaria alcançar os objetivos propostos, no sentido de ser possível realizar o cruzamento de variáveis, de modo que na pesquisa quantitativa é possível não só alcançar uma população maior de forma mais rápida como correlacionar informações de modo mais preciso.

A prática da pesquisa acadêmica busca conhecer, descrever ou explicar fenômenos da ciência através de uma ou mais metodologia(s) que “depende diretamente do objetivo proposto no trabalho, de sua natureza e amplitude e dos objetivos do pesquisador” (MIGUEL, 2011, p. 33). Isso quer dizer que quando um pesquisador decide realizar uma pesquisa, ele é motivado pela existência de pelo menos um objetivo que a norteia, o que alguns autores identificam como “tipo de pesquisa”. Richardson (1989) e Limeira (2011) compartilham da mesma ideia de que existem, no geral, três tipos em uma pesquisa: exploratória/prognóstica, a descritiva e a explicativa/diagnóstica.

A pesquisa exploratória ou prognóstica, terminologias usadas por Richardson (1989) e Limeira (2011), é usada quando o pesquisador ainda tem pouco conhecimento sobre o tema, e por isso, decide adotar uma abordagem investigativa a fim de levantar possíveis causas de um fenômeno. Já a pesquisa explicativa ou diagnóstica, como explicam os autores, tem como objetivo explicar as características da população. Essa busca definir o motivo que levou a tal fenômeno, em uma relação de causa-efeito.

A pesquisa descritiva, como explicam Richardson (1989) e Limeira (2011), é o estudo que pretende revelar as características do fenômeno. Tendo esse objetivo, o pesquisador revela o interesse em identificar e expor os atributos do objeto de estudo, por exemplo, descrever comportamentos e opiniões de uma população. Nesses casos, também se mostra interessante à comparação de dados dentro da amostra coletada com intenção de descrever as diferenças encontradas entre esses fenômenos.

Considerando que o objetivo é investigar a percepção da população alagoana em relação às medidas de controle da crise do Covid-19, optamos pelo primeiro tipo de pesquisa, de modo que os dados pudessem servir para descrever o fenômeno estudado a partir da correlação de variáveis. A natureza da nossa pesquisa é descritiva.

Tendo explicado brevemente os tipos de pesquisa e definido a natureza deste estudo, serão apontadas mais características da pesquisa descritiva para que assim fique fundamentada a escolha.

O estudo descritivo é frequentemente utilizado em pesquisas nas ciências sociais quando um pesquisador está investigando algum fenômeno de uma sociedade. Esse permite entender melhor o comportamento e as características da população, assim como fornecem material para verificar as hipóteses.

Esse tipo de estudo é importante, sobretudo, por identificar e revelar aspectos amplos de populações e situações. E também, corroborando com a defesa de Richardson (1989), a pesquisa descritiva possibilita novos estudos que busquem explicações para o surgimento dos fenômenos identificados.

Na pesquisa descritiva quantitativa, frequentemente, se busca no cruzamento de variáveis a compreensão de semelhanças e diferenças entre características e atitudes em relação a um tema dentro da própria amostra, formando subamostras com bases em características em comum, como por exemplo, em relação à idade, sexo, escolaridade etc. Consideram-se como variáveis as características de uma população que podem ser expressas em qualidades, atributos, valores e números, e cabe ao pesquisador, através dos dados obtidos na pesquisa, expor esses fenômenos do estudo.

Ainda, é interessante salientar que há os tipos de variáveis para escala dos elementos do estudo, dentro das quais foi escolhido medições estatísticas em variáveis nominais e ordinais. As variáveis em escala nominal não têm ordem, ou seja, não envolvem hierarquias. Também não envolvem distâncias entre um valor e outro, como, por exemplo, sexo e estado civil. Nesse caso, “a única operação matematicamente possível é o cálculo de frequências e de percentagem de classes” (RICHARDSON, 1989, p. 69), ou seja, pode-se usar como valores estatísticos a contabilização dos números obtidos em cada categoria e usar em três medidas: proporções, porcentagens ou razões. As variáveis em escala ordinal seguem uma ordem de hierarquização, em que sempre há o menor e o maior grau, como os níveis de escolaridade, em que segue uma ordem universal: começa no 1º grau, seguido do 2º grau e assim por diante. Em casos como o do exemplo acima, não se pode desconsiderar esse nível de hierarquização, pois este revela características

importantes de uma população. Nesse caso, para refletir valores estatísticos foi usado a porcentagem de cada categoria.

O pesquisador precisa saber o que as variáveis exercem na pesquisa quando existe a relação entre duas ou mais variáveis. Richardson (1989) explica que existem as variáveis independentes, intervalares e dependentes. As independentes são aquelas que influenciam em outras variáveis, mas não são influenciadas por essas. Ao contrário, as dependentes são aquelas que sofrem a influência das independentes.

Nesse sentido, podemos classificar as variáveis de acordo com as relações temporais existentes entre elas. Nesta pesquisa, foram cruzadas variáveis independentes e dependentes. A princípio, ocupam a posição de independentes, a maioria delas demográficas: sexo, renda familiar, nível de escolaridade, ocupação e identificação política. Como dependentes, temos as opiniões da população sobre as questões relacionadas ao Covid-19, na medida em que características sociais, políticas e econômicas afetam os interesses pessoais das pessoas. Buscamos correlacionar esses elementos, usando também as escalas nominais e ordinais estatisticamente, o que possibilita testar as hipóteses levantadas.

### **3.3 População, amostra, território e período**

A população de uma pesquisa são os elementos que compõe o estudo, podendo ser objetos, pessoas, estabelecimento ou qualquer outra categoria que possua características em comum.

De acordo com Bussab (2011, p.70), “a escolha adequada da população depende principalmente dos objetivos da pesquisa, da conveniência, do custo da pesquisa e da disponibilidade de listagens sobre a população”. Nesse sentido, assumemimos como população desta pesquisa as pessoas que residem em Alagoas.

Quando o pesquisador está estudando elementos em determinado lugar numeroso e não é viável averiguar a totalidade da população, é comumente utilizada à pesquisa por amostragem. A amostra é o subconjunto da totalidade da população. Conforme aponta Richardson (1989), define-se como amostra certo número de elementos da população, que pode ser uma cidade, um bairro etc. Contudo, é

importante salientar que uma população e uma amostra não são fixas, pois a população é definida pelo objetivo da pesquisa e a amostra é dependente dessa. Isto é, a população é o todo dos elementos definidos e a amostra é uma parte dessa população. Por exemplo, quando se fala que a população é um país, a amostra pode ser uma cidade, mas quando se fala que uma população é uma cidade, a amostra pode ser um bairro.

Considerando as dificuldades para selecionar os entrevistados de acordo com os parâmetros estatísticos da população nesta pesquisa on-line, optamos por uma amostragem do tipo não-probabilística. Trata-se de uma amostra em que a probabilidade de selecionar os elementos é desconhecida, e, por conseguinte, não é possível calcular o erro amostral. Já a amostragem probabilística é a técnica em que, tendo conhecimento dos elementos, sorteiam-se a partir de técnicas estatísticas certa quantidade para que constituam a amostra, tendo que esse método garanta igual probabilidade de todos pertencerem à amostra.

A princípio, não foi estabelecido um número específico de entrevistados, pois o objetivo era alcançar o máximo de pessoas possíveis. No entanto, foi fixada uma janela de tempo para a coleta de dados, realizando a pesquisa no período em que a primeira medida de isolamento social foi decretada pelo Governo de Alagoas. A coleta foi iniciada no dia 23 de março e finalizada no dia 3 de maio de 2020, enquanto as medidas de isolamento seguiam valendo, em virtude da defasagem de algumas perguntas com as novas medidas adotadas pelo governo ao longo do trabalho.

### **3.4 Coleta de dados**

A coleta de dados foi feita através de questionário por meio da plataforma *Google Forms*. A distribuição foi por meio de link da pesquisa nas plataformas de redes sociais WhatsApp, Instagram, Facebook e LinkedIn da autora e de incentivadores desta pesquisa, para que as pessoas se voluntariassem a respondê-lo. Além disso, também foi divulgada no site institucional da Universidade Federal de Alagoas (Ufal) pela Assessoria de Comunicação (Ascom) da Ufal. Para alcançar o máximo de pessoas foi usada a técnica de bola de neve, compartilhando o questionário com pessoas próximas e pedindo que essas repassassem adiante, ou

mesmo nos indicassem contatos para que o questionário fosse compartilhado diretamente.

### 3.5 Questionário

Nas ciências sociais, as coletas de dados podem ser realizadas por meio de pesquisa bibliográfica, observação, levantamento de dados (*survey*), estudo de caso e tantas outras. Para esta pesquisa foi empregado o levantamento de dados (*survey*), que consiste em fazer perguntas para as pessoas através do instrumento de questionários ou entrevistas, buscando entender opiniões, percepções, comportamentos, e crenças correlacionadas entre si.

Roteiros de entrevistas e questionários são os instrumentos mais utilizados por pesquisadores. No primeiro caso, o entrevistador tem contato direto com os participantes e, através de roteiro de diálogo, ele conduz as perguntas pertinentes aos objetivos da pesquisa, sem precisar que as questões tenham sido estabelecidas previamente. Já o questionário se trata de um conjunto de questões pré-elaboradas que pode ser administrado basicamente de duas maneiras: por autoadministração ou por entrevista. Dentre os dois instrumentos, opta-se pela aplicação de questionário autoaplicável (ou autoadministrado) em virtude do método escolhido, o quantitativo, e também por causa do isolamento social, que fez necessário a realização da pesquisa online.

Para se construir um bom questionário é preciso considerar aspectos importantes nesse tipo de instrumento de coleta de dados, pois deve estar alinhado aos objetivos e ao problema do que se está investigando. Nesse sentido, autores como Richardson (1989) e Rossi (2011) descrevem características e fases que o pesquisador deve adotar para evitar pesquisas mal feitas e resultados inconclusivos.

Nas áreas das ciências sociais e humanas, o uso do questionário é uma prática comum por pesquisadores. Rossi (2011) justifica a prática sendo motivada dado que o instrumento é barato e possibilita o tratamento de dados com a abordagem estatística, facilitando também a apreensão de uma grande quantidade de dados e informações que se tem para análise.

Richardson (1989) aponta que os questionários podem ser classificados como questionário de perguntas fechadas, cujas alternativas de resposta já são

preestabelecidas pelo pesquisador, e questionários de perguntas abertas, em que as respostas são abertas para o entrevistado expressar o que quiser, e questionário que combinam perguntas abertas e fechadas. Escolhemos estruturar o questionário com perguntas fechadas de resposta única ou múltipla seleção, de modo que os entrevistados pudessem marcar as respostas que mais se ajustam a opinião deles.

Levando em consideração que a pesquisa foi feita pela internet e esse é um território praticamente infinito de informações, preferiu-se não correr o risco dos participantes se cansarem e abandonarem o questionário antes de finalizarem, optando por perguntas fechadas. Richardson (1989) elenca as seguintes vantagens do questionário fechado:

1. As respostas a perguntas fechadas são fáceis de codificar; (...).
2. O entrevistado não precisa escrever; apenas marca um (X) a alternativa que melhor se lhe aplica. Isso é uma vantagem em caso de pessoas com dificuldades de escrever
3. As perguntas fechadas facilitam o preenchimento total do questionário. Um instrumento com muitas perguntas abertas é cansativo de responder.
4. No caso de utilizar um questionário por correio, não recomendável, é mais provável que seja devolvido preenchido se as perguntas forem fechadas. (RICHARDSON, 1989, p. 47).

Hoje, as principais formas de aplicação de questionário são por contato direto, telefônico, correio ou autoaplicado via internet. Em cada um desses recursos existem vantagens e desvantagens. Podemos dizer que, nos dois primeiro casos, a principal vantagem é estar em contato direto com o entrevistado e a maior desvantagem é alcançar um número menor de pessoas pelo desprendimento de tempo no contato com esses respondentes. Nas duas últimas opções, a principal vantagem é que as pessoas respondem sozinhas ao questionário, podendo alcançar de forma mais rápida uma amostra maior. Já a desvantagem é que os entrevistados podem abandonar o questionário sem terminar de preenchê-lo com maior facilidade por estar distante do entrevistador. Como já foi exposto, a aplicação foi feita através da internet.

Para a construção do questionário, autores como Rossi (2011), Richardson (1989) e Günther (2003) defendem que para o pesquisador conseguir elaborar um bom instrumento de coleta de dados devem seguir algumas recomendações na redação e na aplicação do questionário. Como as abordagens dos dois autores citados são parecidas e complementares, explica-se a definição de Rossi (2011), que aponta as seguintes fases como necessárias:

- 1ª Definir os objetivos da pesquisa.
- 2ª Especificar a amostra, isto é, quem será pesquisado.
- 3ª Escrever o questionário, definir o método de entrevista, o layout e o fraseado.
- 4ª Testar o questionário e, caso seja necessário fazer correções, testá-lo novamente.
- 5ª Aplicar o questionário após os devidos testes e correções.
- 6ª Interpretar o resultado. (ROSSI, 2011, p. 2010).

Como nos tópicos anteriores são detalhados todos os objetivos e o processo da escolha da amostra, aqui se trata somente da elaboração e aplicação do questionário.

Na elaboração do questionário, é preciso antes de começar a escrever as perguntas, definir o tipo de aplicação. Como foi optado pela aplicação online pelo site Google Forms, foi levado em consideração às características e recursos disponíveis na plataforma. Dessa forma, elaboramos questões de resposta única e de múltiplas seleções. E quando buscamos caracterizar melhor o nível de concordância dos respondentes, usamos o recurso de escalas.

O ponto de partida para a elaboração das perguntas é ter os objetivos da pesquisa definidos, pois esses irão conduzir todo o processo de construção das questões, como aponta Rossi (2011). Logo, o pesquisador tendo conhecimento dos objetivos que está investigando, ele consegue construir perguntas específicas que possibilitam obter as informações necessárias para o assunto investigado. Nesse sentido, como os objetivos desta pesquisa já haviam sido elencados, foi possível construir perguntas pensando especificamente nas informações que se buscava, assim como nas correções do texto foi excluído as questões que foram identificadas como não tão necessárias e que não respondessem diretamente ao nosso objetivo.

No uso dos termos na construção do questionário, buscou-se adotar vocabulários usados no dia a dia e os mais usados pela mídia em relação ao novo coronavírus, evitando uma possível falta de compreensão da população da pesquisa. Como explica Rossi (2011, p. 213-214), “é bom lembrar que o objetivo do pesquisador é verificar a opinião dos respondentes acerca dos objetivos de pesquisa e não investigar a capacidade de os entrevistados entenderem o que se pergunta.”. Assim, tentamos não usar termos que o sentido permitisse várias interpretações e na fase de teste do questionário foi analisada especificamente a colocação dos termos para não cair nesse problema, e, nesse processo, identificamos que em alguns desses era importante a descrição do significado.



Na construção do questionário, é preciso considerar a estrutura em três fases sequenciais: o cumprimento, a introdução e as perguntas-respostas. Günther (2003) aponta esses itens como fundamentais para estabelecer uma interação e conquistar a confiança do respondente.

Ao construir um questionário, deve-se atentar para a estrutura e sequência das perguntas-respostas, a fim de garantir que siga uma ordem lógica de perguntas mais gerais para mais específicas sobre o tema pesquisado, como mostra Gunther (2003) ao explicar que isso mantém o interesse do respondente na pesquisa. Nesse sentido, iniciamos a pesquisa com a pergunta sobre o estado que o respondente residia, questão essa que também serviu de filtro para continuar ou encerrar o questionário para pessoas que não morassem em Alagoas.

Na sequência, coletamos informações pessoais e socioeconômicas, sem a identificação do respondente, a fim de identificar as características dessa população da pesquisa, ponto que é considerado importante para a análise dos dados. No terceiro bloco, os questionamentos objetivavam investigar o uso de internet e redes sociais pelos respondentes, para então partir para perguntas mais objetivas sobre as opiniões acerca da Covid-19.

De acordo com Günther (2003), a escala likert é frequentemente usada nas ciências sociais, isso porque ela possibilita realizar o levantamento de opiniões, atitudes e avaliações. O autor explica que “geralmente se usam quatro ou cinco alternativas nas escalas tipo Likert, embora se encontre também itens com duas, três, ou até nove alternativas” (GÜNTHER, 2003, p.13).

Tendo o objetivo de investigar opiniões, optamos por fazer uso da escala em certas perguntas, como, por exemplo, para mensurar o nível de confiança e avaliação das pessoas. Ainda, Günther (2003) pontua que é possível usar alternativas como: ‘ótimo – ruim’, ‘concordo – discordo’, pois dessa forma se pode mensurar de maneira implícita de acordo com os objetivos.

Decidimos usar somente resposta(s) dicotômica(s) em questão(ões) que a possibilidade de variação fosse bastante limitada ou até inexistente e que não houvesse a chance do respondente não saber a resposta. As demais respostas foram de única escolha ou múltiplas seleções, e nestes a instrução foi passada ao respondente.

A quarta fase consistiu no pré-teste do questionário, que serve para “ajudar a determinar as forças e fraquezas de uma pesquisa quanto ao formato, ao fraseado e ao ordenamento das perguntas” (ROSSI, 2011, p. 224). Podemos fazer dois tipos de pré-teste, um em que o respondente sabe que está participando do pré-teste do questionário e outro em que o questionário é enviado, mas não é dito que se trata, respectivamente, o participativo e o não declarado.

Testamos o questionário com 10 pessoas, informando-as de que se tratava de um pré-teste, pois se buscava revisar o questionário de acordo com as avaliações dos participantes. Como resultado, tivemos uma série de contribuições sobre as principais dificuldades em responder determinadas questões por desconhecimento de definição de termos usados por parte dos entrevistados.

Após as correções necessárias, iniciamos a fase cinco, em que é feita a aplicação do questionário para o público-alvo da pesquisa. Como a escolha do questionário foi pela autoadministração online, a distribuição da pesquisa foi feita através das plataformas de redes sociais WhatsApp, Instagram, Facebook e LinkedIn da autora e de pessoas próximas a essa, como explicado na coleta de dados. Buscando um maior alcance de população, como estratégia de divulgação, pedimos aos familiares, amigos e colegas para compartilharem entre seus conhecidos, e também foi pedido às páginas com grande número de seguidores o apoio na divulgação.

A sexta fase consistiu no processamento e interpretação dos resultados. Rossi (2011) explica que a interpretação também deve ser pensada na metodologia do trabalho, antes que a coleta dos dados seja feita para que o pesquisador esteja com o questionário alinhado às informações que se deseja investigar.

Tendo exposto todas as fases, o capítulo seguinte aborda a análise e interpretação dos dados.

#### **4. A PERCEPÇÃO DOS ALAGOANOS SOBRE A CRISE DA COVID-19**

Considerando que o objetivo central do trabalho é investigar a percepção da população alagoana sobre as medidas de contenção da crise decorrente da pandemia do novo coronavírus no Brasil, fizemos uma pesquisa buscando conhecer os aspectos socioeconômicos do público entrevistado e saber a compreensão deste sobre o vírus, que perpassa temas como saúde pública, economia, mídia, isolamento social e regime democrático.

A pesquisa foi construída através de questionário e distribuída on-line, para que fosse possível viabilizá-la durante a pandemia, especialmente no momento em que o isolamento social estava decretado no Estado de Alagoas. Por isso, é preciso levar em consideração a limitação de atingir apenas as pessoas com acesso à internet, e também, a participação de públicos com maior incidência em certas variáveis demográficas.

Contudo, é importante ressaltar os aspectos positivos, pois a distribuição on-line permitiu alcançar uma maior escala de pessoas em um curto espaço de tempo e, além disso, tendo acesso específico a esse público, compreender a forma que este consome conteúdos na internet.

Ainda, observamos que a classificação por posições políticas se tornou, no atual contexto social, uma importante variável a ser investigada. À vista disso, a análise está, em grande parte, relacionada à política e aos espectros políticos dos entrevistados em determinadas questões referente ao novo coronavírus e a pandemia.

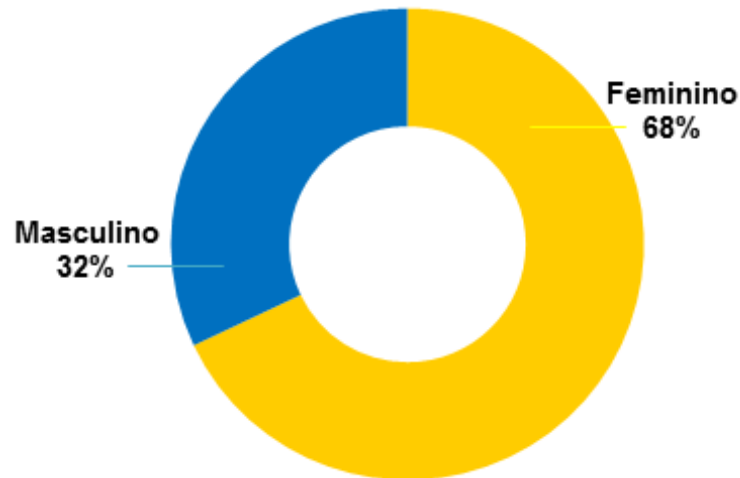
##### **4.1 Conhecendo o perfil dos entrevistados**

Para se ter conhecimento do perfil demográfico do público entrevistado, foram abordadas características como sexo, faixa etária, estado civil, escolaridade, ocupação, renda familiar mensal e identificação política, tendo em vista a importância destas variáveis para a análise.

A pesquisa registrou do total de 578 respostas, 550 válidas, pois as demais não eram de pessoas que residiam no Estado de Alagoas. A maior concentração de

respondentes foi do sexo feminino, com 68%, enquanto o sexo masculino representou 32% da pesquisa (Gráfico 5).

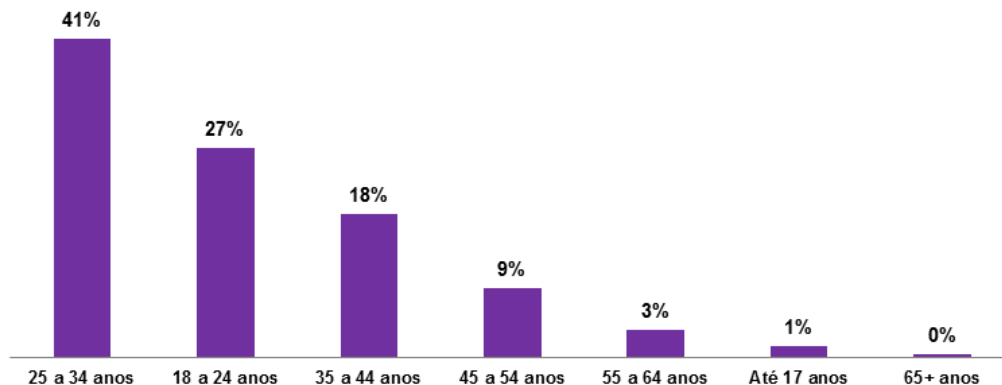
Gráfico 5 - Sexo dos respondentes



Fonte: Elaborado pela autora

Ao analisar a composição das faixas etárias mais participativas dos respondentes que fazem parte da pesquisa, constatou-se 41% entre 25 a 34 anos, 27% entre 18 a 24 anos, 18% entre 35 a 44 anos e 9% entre 45 a 54 anos.(Gráfico 6).

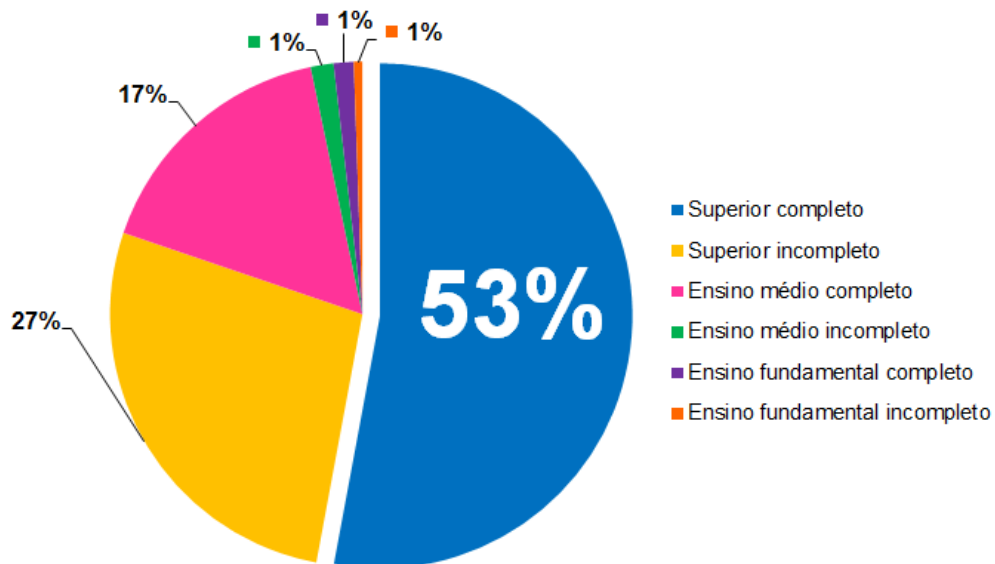
Gráfico 6 - Faixas etárias dos respondentes



Fonte: Elaborado pela autora

Observamos que a maioria dos respondentes tem alto grau de educação formal, pois a pesquisa atingiu 53% com o ensino superior completo e 27% com o superior incompleto, e a terceira maior porcentagem foi de 17% com o ensino médio completo (Gráfico 7).

Gráfico 7 - Nível de escolaridade dos respondentes



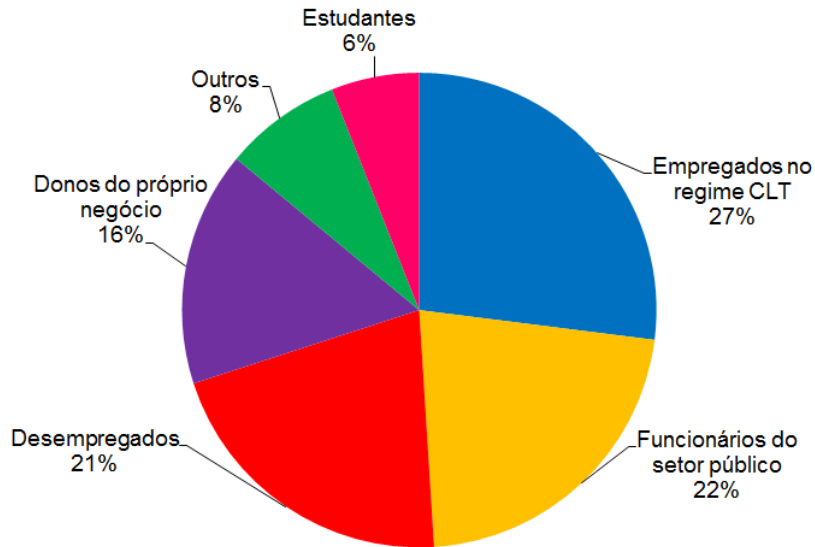
Fonte: Elaborado pela autora

Observando os dados de faixa etária e escolaridade, percebemos que mais de 68% são adultos jovens e que 80% tem nível superior completo ou incompleto. É possível atribuir esta característica a dois fatores: primeiro ao fato da pesquisa ter sido feita na internet, tornando-a mais provável de atingir às novas gerações que são mais ativas nas redes sociais digitais, e segundo é preciso considerar que o questionário foi primariamente compartilhado por pessoas próximas que concluíram ou cursam o ensino superior, por isso se pode correlacionar a alta taxa de escolaridade.

Ao analisar a categoria ocupação, o dado que chamou atenção foi a taxa de desemprego dos respondentes, que atingiu 21% no período da pesquisa (Gráfico 8), superando a média nacional que era de 12%, segundo a segunda a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Mensal (PNAD Contínua).<sup>46</sup> Ainda é possível observar que, fora os desempregados, foi atingido o público de 27% empregados no regime CLT, 22% funcionários do setor público, 16% donos do próprio negócio, 8% empregados com outros regimes de contratos ou empregos sem remuneração e 6% estudantes.

<sup>46</sup> Desemprego sobe para 12,2% no 1º trimestre e atinge 12,9 milhões Dados disponíveis em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/04/30/desemprego-sobe-para-122percent-em-marco-e-atinge-129-milhoes.ghtml>>

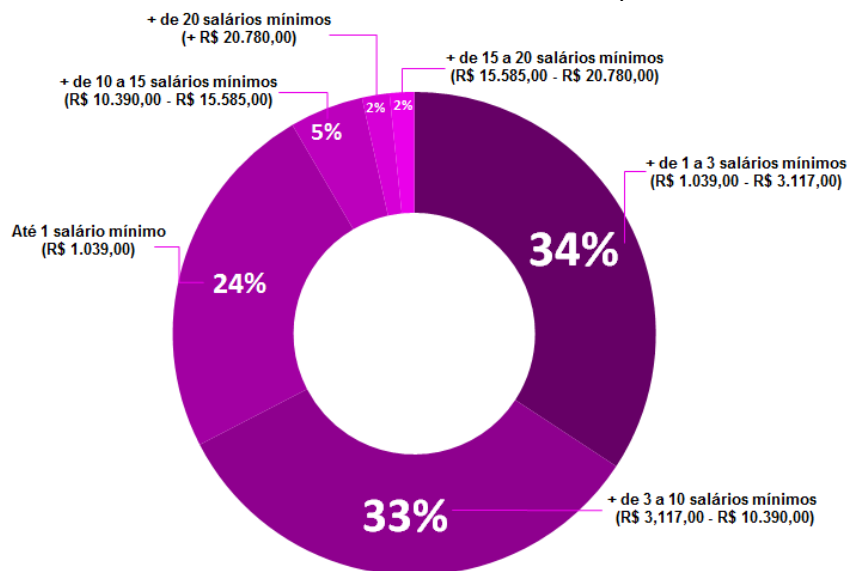
Gráfico 8 - Ocupação dos respondentes



Fonte: Elaborado pela autora

Os percentuais de renda familiar mensal mais expressivos mostram que, no momento em que a pesquisa foi realizada, 34% dos respondentes viviam com 1 a 3 salários-mínimos mensais (R\$1.039,00 – R\$ 3.117,00), 33% viviam com +3 a 10 salários mínimos mensais (R\$3,117,00 – R\$ 10.390,00) e 24% viviam com até 1 salário mínimo. Os respondentes com renda elevada aparecem com porcentagens baixas: 5% viviam com +10 a 15 salários-mínimos, 2% viviam com +15 a 20 salários mínimos e 2% viviam com +20 salários mínimos (Gráfico 9).

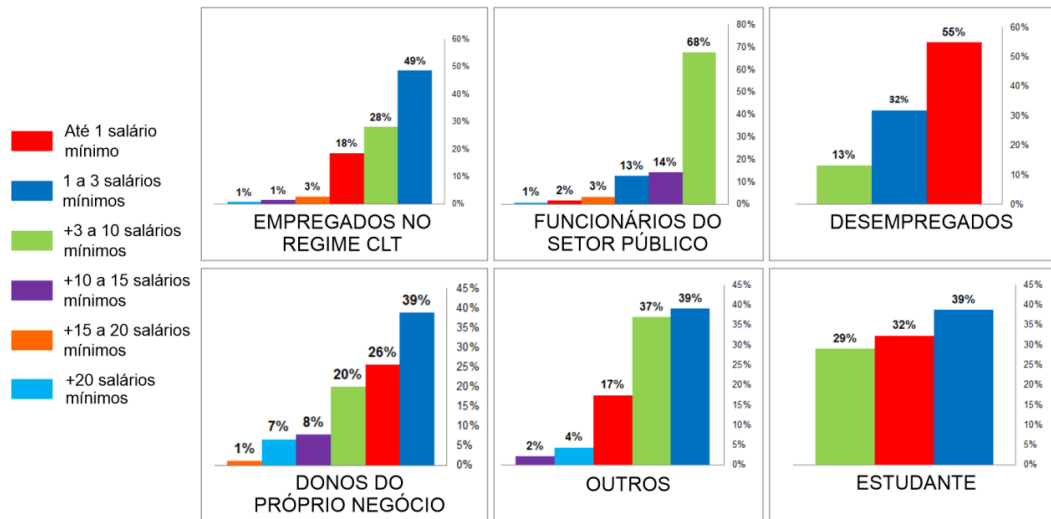
Gráfico 9 - Renda familiar mensal dos respondentes



Fonte: Elaborado pela autora

Ainda, ao cruzar a variável ocupação e renda, constatamos que os funcionários públicos entrevistados são os que vivem com os maiores rendimentos mensais. Em contraste, desempregados e empregados não remunerados possuem as menores rendas familiares (Gráfico 10).

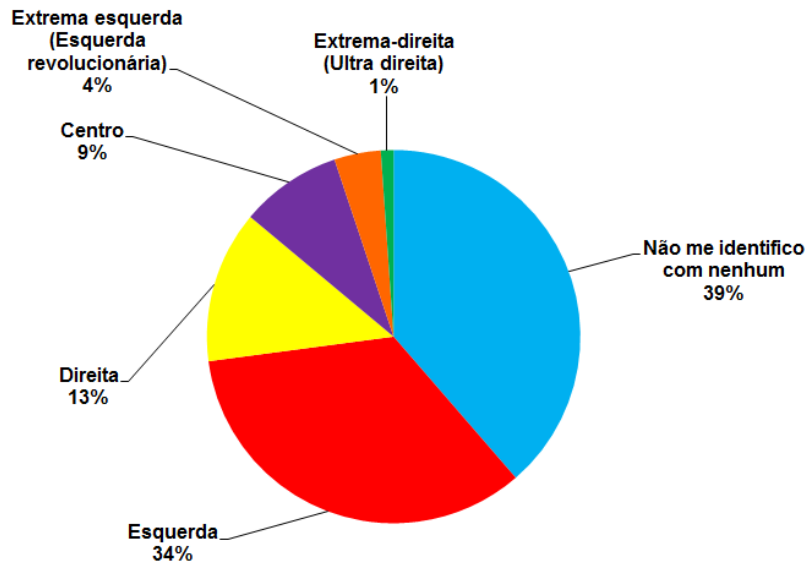
Gráfico 10 - Ocupação e renda



Fonte: Elaborado pela autora

Em um período em que as ideologias estão polarizadas, a variável de identificação política em meio à pandemia atual ajuda a entender como as pessoas veem os aspectos sociais e políticos no conjunto de questões colocadas. O gráfico abaixo apresenta como as pessoas se posicionaram.

Gráfico 11 - Identificação política dos respondentes



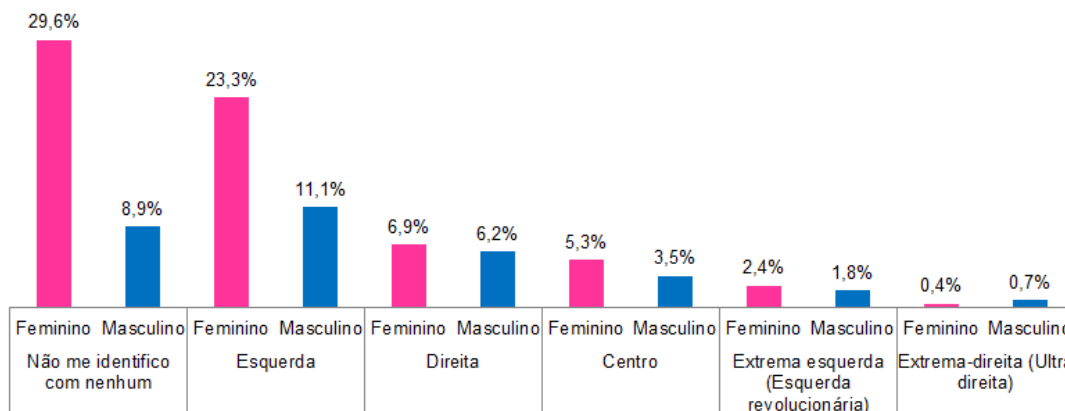
Fonte: Elaborado pela autora

É possível observar no Gráfico 11 que, do público que foi alcançado, 39% não se identifica com nenhuma corrente ideológica, seguido de 34% de esquerda, 13% de direita e 9% de centro.

Ainda, para conhecer melhor o perfil de quem se identifica com cada espectro político, foi feito um cruzamento com variáveis demográficas. Nesta pesquisa, certas características básicas são importantes indicadores quando relacionada ao tema política. Nesse contexto, cruzamos a variável política com o gênero, estado civil e ocupação. Os gráficos 12, 13 e 14 revelam características interessantes.

Tendo ciência que a amostra do sexo feminino atingiu mais do dobro do público masculino, como mostrado no gráfico 5, pode-se analisar se essa proporção segue no cruzamento espectro político e sexo (Gráfico 12).

Gráfico 12 - Espectro político e sexo



Fonte: Elaborado pela autora

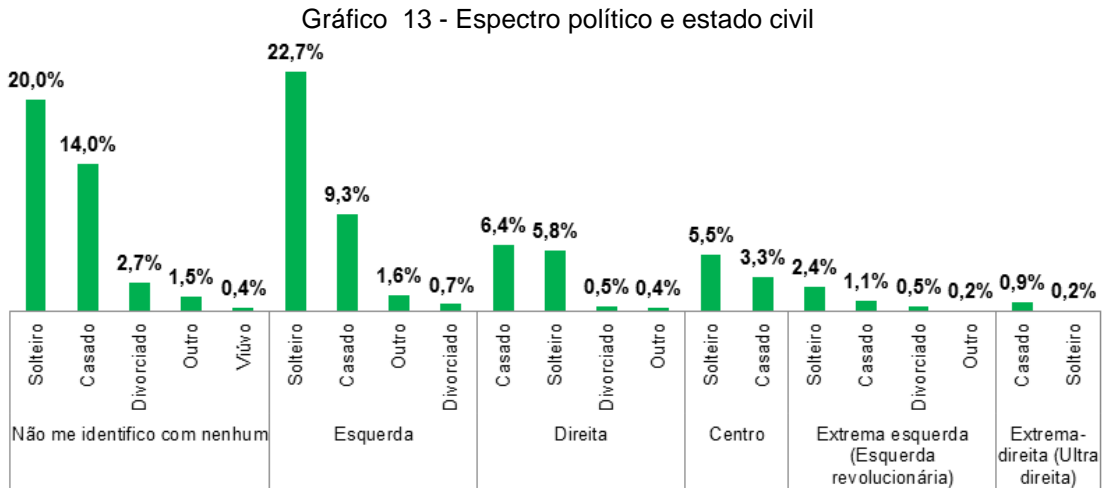
Nesse gráfico, podemos observar três dados interessantes. Vemos que o perfil da esquerda, centro e extrema-esquerda seguem ligeiramente proporcionais a variável sexo, em que público feminino representa praticamente o dobro do masculino.

No entanto, ao comparar com o “Não me identifico com nenhum”, há uma discrepância proporcional em relação ao gênero, pois o sexo feminino representa mais do triplo em relação ao masculino. E quanto às pessoas de direita e extrema-direita o sexo masculino passou ou se aproxima do quantitativo de feminino, sendo desproporcional também.

Ao cruzar o espectro político e estado civil, no gráfico 13 percebemos que somente os entrevistados de espectro da direita e extrema-direita apresentam o

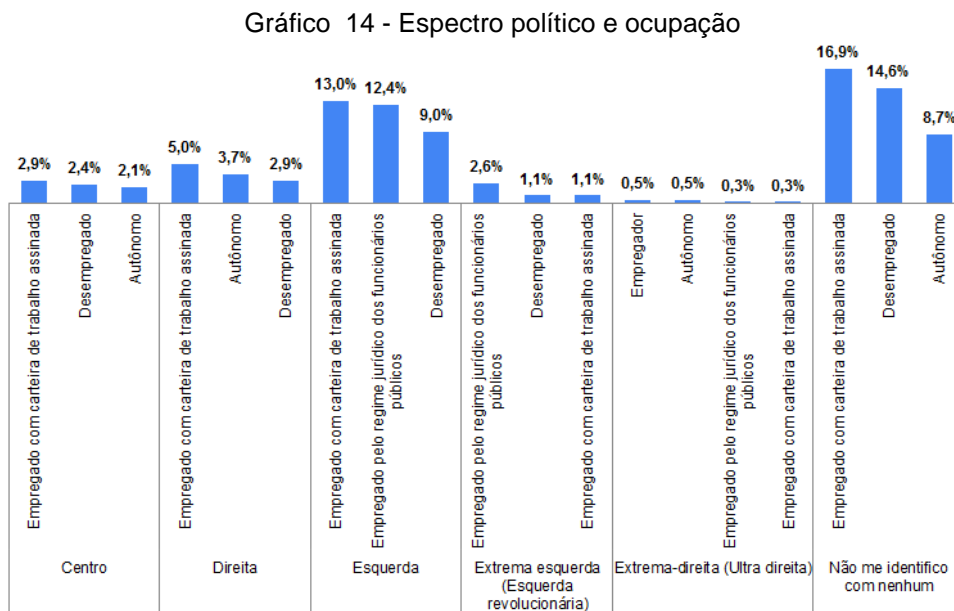


maior percentual no estado civil “casado”, enquanto os demais espectros se declararam “solteiro” em maior proporção.



Fonte: Elaborado pela autora

Sabendo que a ocupação é um dado relevante na forma de entender a política, no Gráfico 14 foram filtradas as três ocupações mais selecionadas pelos entrevistados de acordo com o espectro político. Os dados revelam que somente a extrema esquerda e extrema direita diferem dos demais na primeira ocupação mais marcada, este iguala os percentuais “empregador” e “autônomo” e a extrema-esquerda 2,6% afirma ser “empregado pelo regime jurídico dos funcionários públicos”.



Elaborado pela autora

Segundo os números apresentados, tendo feito o cruzamento com as três variáveis, podemos confirmar que dependendo do posicionamento político as características demográficas mudam.

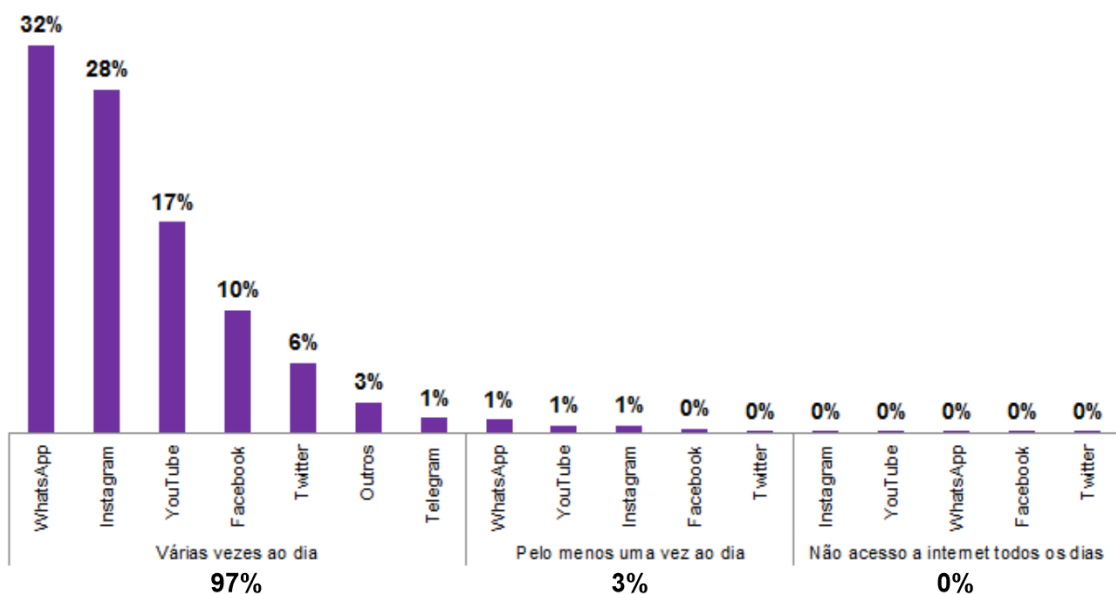
Após identificar as características em termos demográficos do público, no bloco seguinte buscamos identificar os principais meios de acesso à informação dos respondentes, focando especialmente em perguntas relacionadas ao modo como as pessoas consomem conteúdos sobre o novo coronavírus e a pandemia da Covid-19.

## 4.2 A mídia em meio à crise do novo coronavírus

Atualmente, é impossível ignorar o papel da mídia na construção da sociedade democrática, principalmente em situações adversas como a que o novo coronavírus apresenta ao mundo, em que as informações são imprescindíveis para tomada de ações no combate ao vírus.

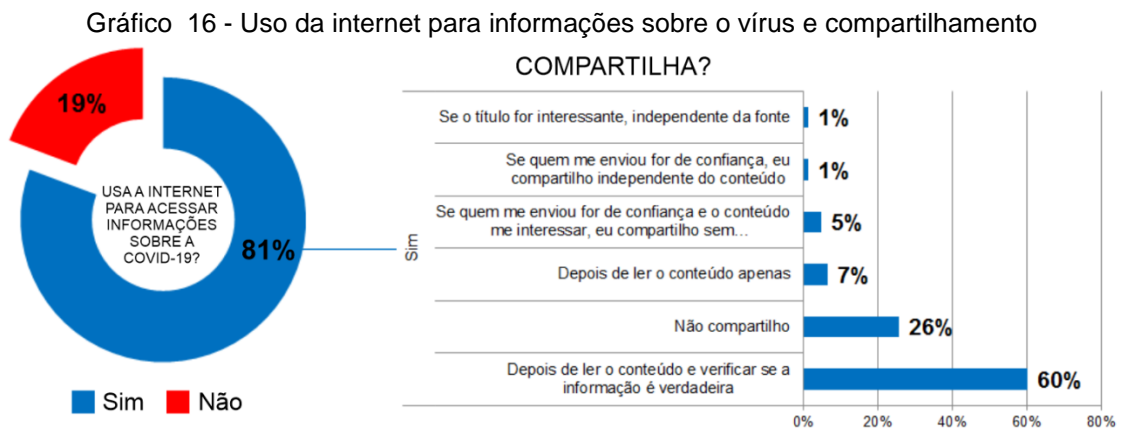
Ao analisar a frequência de acesso à internet, os resultados do gráfico 15 demonstram que 97% dos entrevistados se conectam várias vezes ao dia e dentro deste recorte, as redes sociais mais citadas como sendo as mais utilizadas foram o WhatsApp (32%) e o Instagram (28%).

Gráfico 15 - Frequência de acesso à internet e redes sociais mais usadas



Fonte: Elaborado pela autora

Com a crescente onda de compartilhamentos de informações, buscamos conhecer o comportamento online do público durante a pandemia. Ao serem questionados se usavam a internet para informar-se sobre o vírus, 81% responderam que sim, enquanto 19% responderam que não. Além disso, apenas 26% afirmaram não compartilharem as informações, ou seja, 74% as repassam. Nesse sentido, o gráfico 16 demonstra que os entrevistados além de usar a internet para acessar informações sobre a Covid-19 eles também compartilham estas.



Fonte: Elaborado pela autora

Ao observar o gráfico acima, é possível perceber que das pessoas que responderam “sim”, 60% selecionaram a opção que compartilham depois de ler o conteúdo e verificar se a informação é verdadeira, enquanto os demais 14% selecionaram outras opções que não citavam a verificação se a informação é verdadeira.

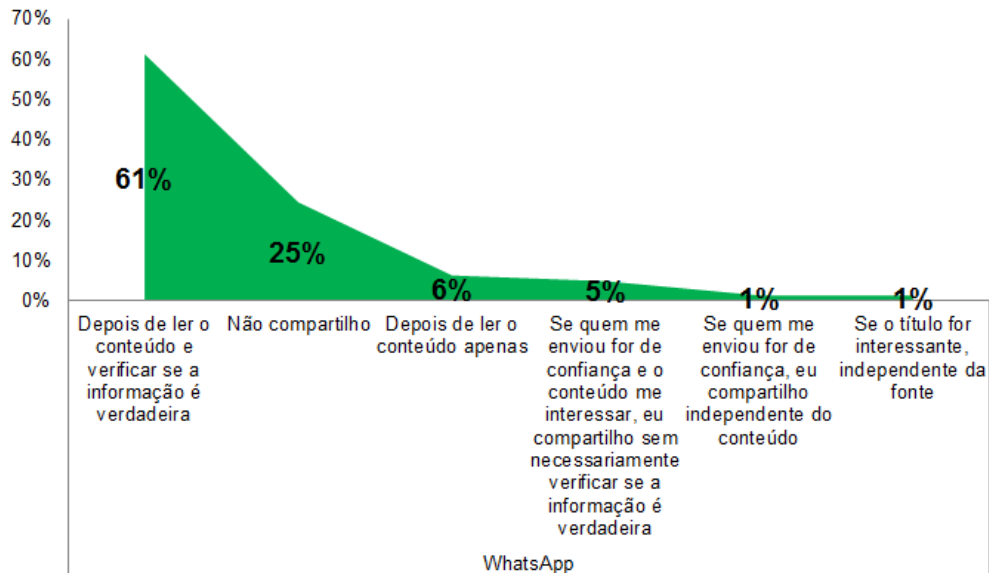
Por a plataforma WhatsApp ser um instrumento de troca de mensagens que permite o compartilhamento com várias redes de contato, podemos afirmar que o aplicativo é um “vetor de fake news no Brasil”<sup>47</sup>. Um estudo desenvolvido pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) mostrou que 73,7% das informações e notícias falsas sobre o coronavírus foram disseminadas pelo whatsapp<sup>48</sup>. Nesse sentido, pareceu-nos relevante analisar o uso dela referente ao compartilhamento de informações sobre o coronavírus.

<sup>47</sup> WhatsApp é vetor de fake news no Brasil; nos EUA, papel é do Facebook. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/whatsapp-e-vetor-de-fake-news-no-brasil-nos-eua-papel-e-do-facebook.shtml>> Acesso em: 25 dez. 2022.

<sup>48</sup> Pesquisa revela dados sobre 'fake news' relacionadas à Covid-19. Disponível em: <<https://portal.fiocruz.br/noticia/pesquisa-revela-dados-sobre-fake-news-relacionadas-covid-19>> Acesso em: 25 dez. 2022.

O gráfico 17 apresenta que das pessoas que responderam o WhatsApp como sendo um dos veículos mais utilizados, somente 25% afirmam não compartilhar informações sobre a Covid-19.

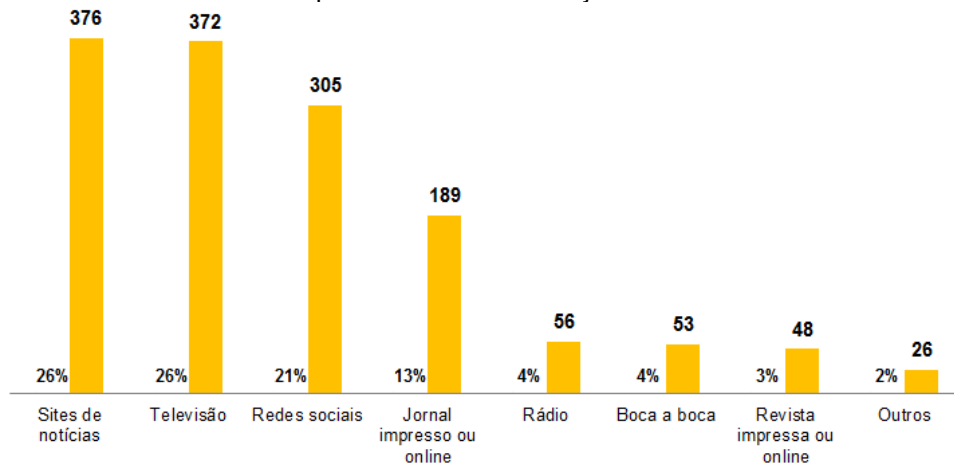
Gráfico 17 - WhatsApp e compartilhamento de informações sobre a Covid-19



Fonte: Elaborado pela autora

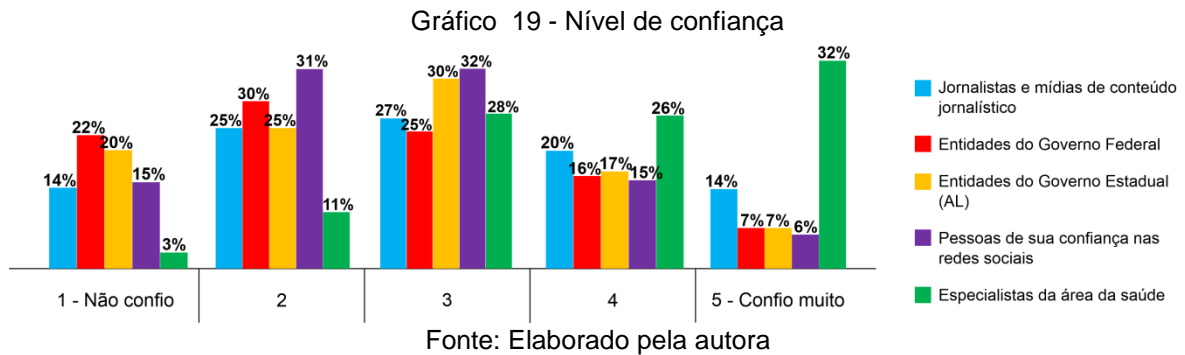
Sabendo que as transformações digitais mudaram o comportamento do consumidor de mídia, buscamos analisar o consumo de informações dos entrevistados sobre o coronavírus, foi pedido que marcassem 1 ou mais respostas sobre as principais fontes de informação sobre este. As opções mais marcadas foram, respectivamente, sites de notícias, televisão, redes sociais, jornal impresso ou online, rádio, boca a boca e revista impressa ou online (Gráfico 18).

Gráfico 18 - Principais fontes de informações sobre o coronavírus



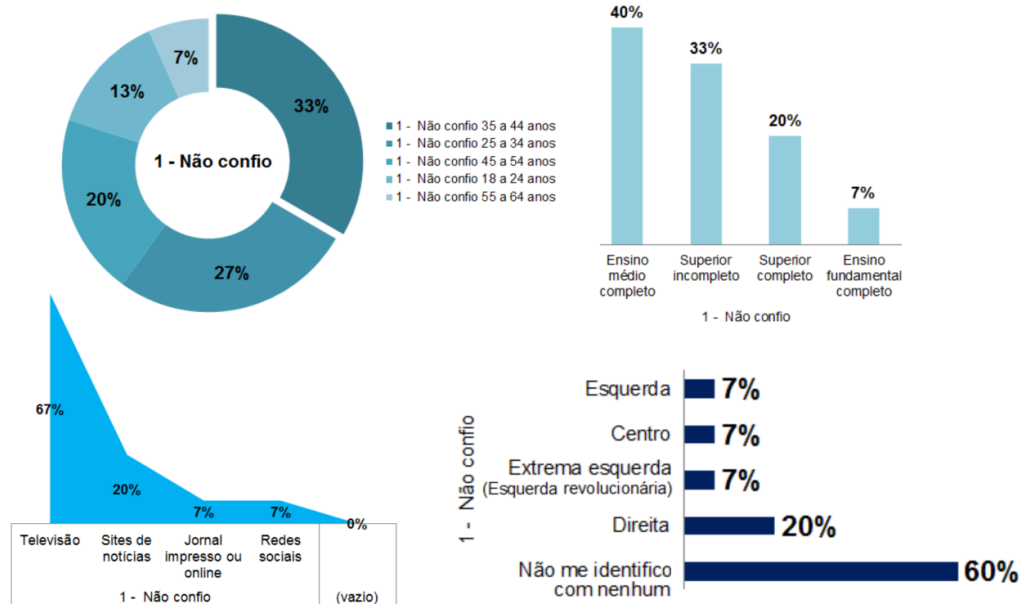
Fonte: Elaborado pela autora

Ao analisar o nível de confiança em relação às notícias do coronavírus divulgadas ou compartilhadas por determinadas classes, em uma escala de 1 a 5, em que 1 significa “não confio” e 5 significa “confio muito”, os resultados do gráfico 19 demonstram que os entrevistados duvidam mais de informações fornecidas entidades do Governo Federal e Estadual do que de pessoas de sua confiança.



De acordo com os dados, as pessoas tem mais confiança nas informações divulgadas por especialistas da área da saúde. No entanto, ainda que o percentual de pessoas que não confiam nestes seja baixo, é importante tomar ciência do perfil do público que duvidam, por isso foi feito o cruzamento desta variável com a faixa etária, escolaridade, posicionamento político e quais as principais fontes de informação (Gráfico 20).

**Gráfico 20 - Perfil dos que não confiam nas informações de especialista da área da saúde**



Fonte: Elaborado pela autora

Na figura acima é encontrado que o maior percentual de quem desconfia são pessoas entre 35 e 44 anos, de ensino médio completo, que consomem mais informações sobre a Covid-19 pela televisão e que não se identificam com espectro político nenhum.

### 4.3 Regime democrático no contexto da pandemia

Diante do cenário da pandemia, iniciamos este tópico fazendo uma revisão teórica acerca do conceito de “democracia”, que irá auxiliar na compreensão do atual contexto social.

Atualmente, não há um consenso sobre a definição de democracia, ainda que o termo tenha significado de ‘poder do povo’, derivado do grego: ‘demos’ - povo + ‘kratos’ - poder, Brown (2018) afirma que

Nenhum argumento irrefutável poderia comprovar que a democracia implica inerentemente a existência da representação, constituições, deliberações, participação, liberdade de mercado, direitos, universalidade ou mesmo igualdade. O termo contém uma afirmação simples e puramente política: o povo se governa a si mesmo, é o todo e não uma parte nem um grande Outro que é politicamente soberano. Nesse sentido, a democracia é um princípio inconcluso. (BROWN, 2018, p. 292).

Considerando que a construção do processo democrático é constante e contínuo, entende-se a democracia sob a ideia de soberania popular. Nesse sentido, Chauí (2012) afirma:

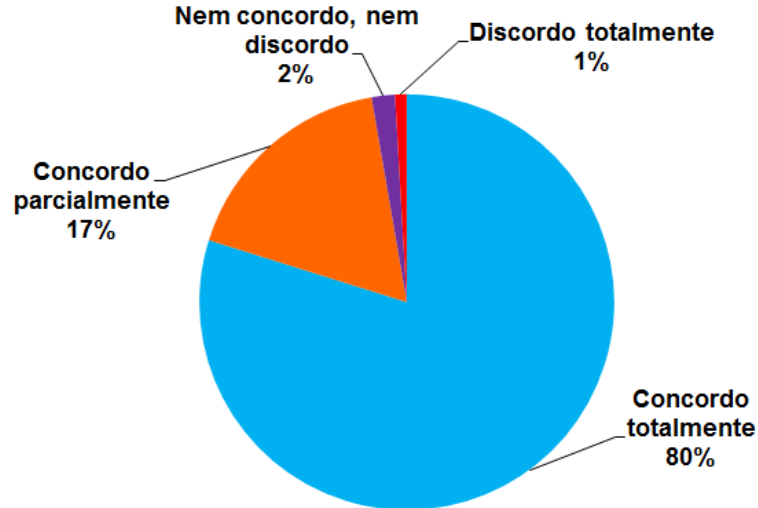
Com a ideia e a prática de soberania popular, nela se distinguem o poder e o governo – o primeiro pertence aos cidadãos, que o exercem instituindo as leis e as instituições políticas ou o Estado; o segundo é uma delegação de poder, por meio de eleições, para que alguns (legislativo, executivo, judiciário) assumam a direção da coisa pública. (CHAUÍ, 2012, p. 150)

Em outras palavras, o regime democrático pode ser entendido como o poder emanado pelo povo. Nesse sentido, entendendo que a democracia é a ideia que os cidadãos são sujeitos de direitos políticos (ou civis) e sociais, nesta pesquisa buscamos trazer as principais questões que nortearam o debate público no início da pandemia.

Muito se foi falado sobre saúde pública, economia e as medidas necessárias para diminuir os impactos da crise do novo coronavírus. Nesse sentido, para introduzir as questões sobre a percepção sobre esta conjuntura, apresentamos a

afirmação “A Covid-19 é uma situação de emergência pública” para que os entrevistados indicassem seu nível de concordância. (Gráfico 21)

Gráfico 21 - Nível de concordância sobre a Covid-19 ser uma situação de emergência de saúde pública

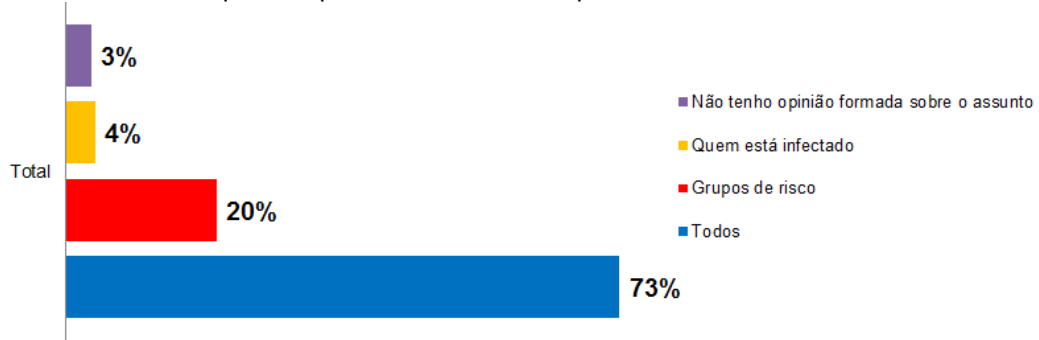


Fonte: Elaborado pela autora

Os dados acima evidenciaram que 80% concordaram totalmente com a afirmação, enquanto 17% concordaram parcialmente, 2% nem concordaram nem discordaram e 1% discordou totalmente.

Ao questionar sobre a quem deveria ser aplicada a quarentena<sup>49</sup>, obtivemos o resultado que 73% das pessoas acreditavam que deveria ser aplicada para todos, 20% para grupos de risco, 4% para quem está infectado e 3% não tinha opinião formada sobre o assunto (Gráfico 22).

Gráfico 22 - Para quem a quarentena deve ser aplicada de acordo com os entrevistados

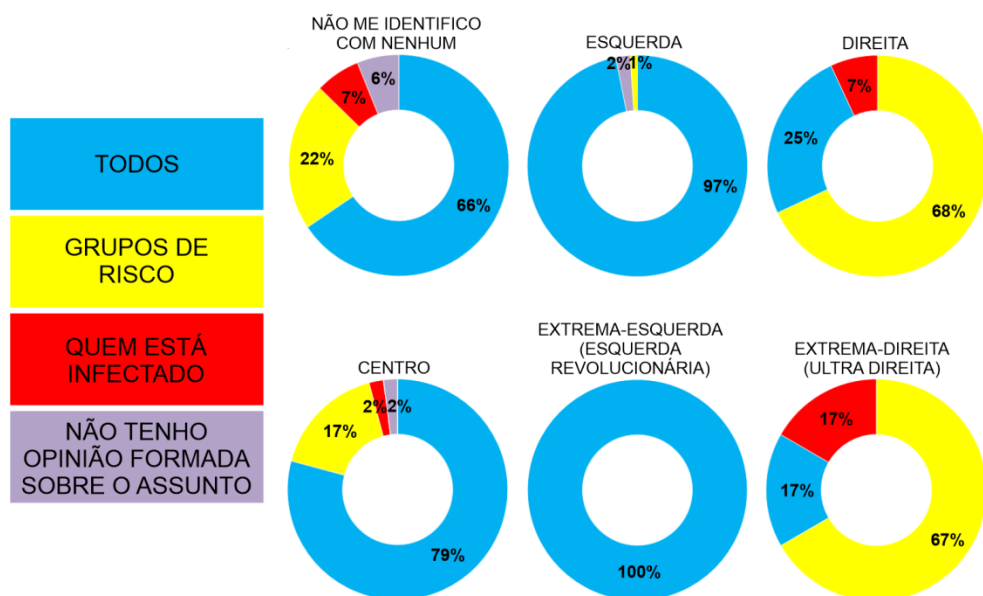


Fonte: Elaborado pela autora

<sup>49</sup> Quarentena é o isolamento de pessoas, estabelecido pelas secretarias de saúde dos estados e municípios ou pelo ministro da Saúde.

Ao fazer o cruzamento dos dados acima com o posicionamento político, a pesquisa apresenta dados interessantes sobre como os espectros influenciam na opinião sobre o tema. De todos os entrevistados, os de direita e extrema-direita apresentaram a maior concentração que acredita que a quarentena deve ser aplicada para os grupos de risco, 68% e 67%, respectivamente. Enquanto os demais concentraram o maior percentual afirmando que o isolamento deveria ser aplicado a todos, conforme apresenta o gráfico abaixo.

Gráfico 23 - Opinião sobre a quarentena com recorte de posicionamento político



Fonte: Elaborado pela autora

Ainda, quando se trata sobre democracia no contexto pandêmico, é preciso um olhar atento sobre a percepção das pessoas sobre a questão da saúde e da econômica. Nesse sentido, foi indagado sobre o que seria mais prejudicial aos mais vulneráveis e 48% afirmaram que 'Um colapso no Sistema de Saúde por consequência do novo coronavírus é mais prejudicial a população do que uma crise econômica', seguido de 44% que afirmaram que 'Um colapso no Sistema de Saúde ou uma crise na economia são igualmente prejudiciais à população' e ainda com percentuais mais baixos, 6% afirmaram que 'Uma crise na economia é mais prejudicial a população do que o vírus' e 2% não souberam responder (Gráfico 24).



Gráfico 24 - O que é mais prejudicial aos mais vulneráveis

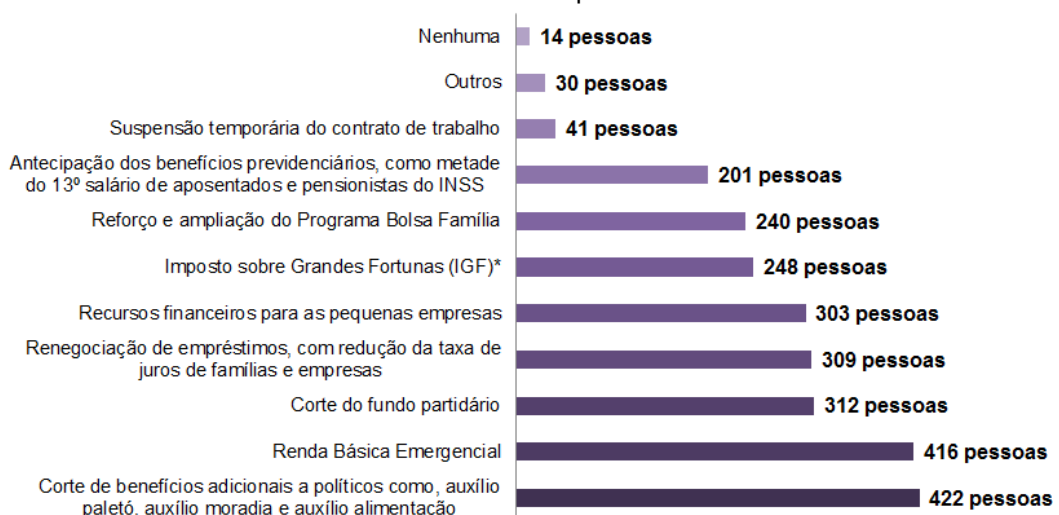


Fonte: Elaborado pela autora

Com os dados apresentados, podemos comprovar a alta preocupação da população referente ao cenário econômico, uma vez juntando as opções que citam economia registramos 50% do total.

Pensando nisso, foi pedido que as pessoas selecionassem uma ou mais respostas do que elas acreditavam que ajudariam as pessoas a se manterem em casa e diminuir os impactos da crise de saúde pública. Ao analisar os temas mais citados, Corte de benefícios adicionais a políticos, como auxílio paletó, auxílio moradia e auxílio alimentação aparece como a principal opção, seguido de Renda Básica Emergencial. Outro dado importante é que das possibilidades dadas, a opção menos escolhida foi suspensão temporária do contrato de trabalho. O gráfico abaixo mostra as demais citações.

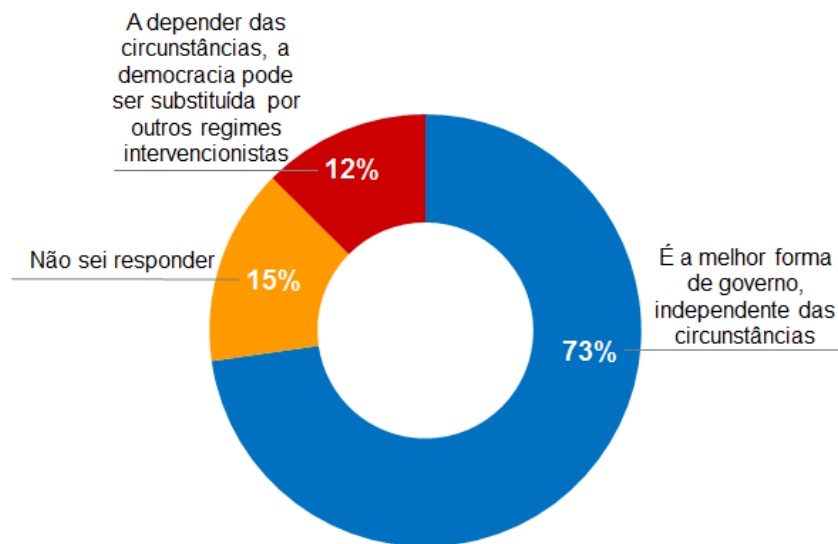
Gráfico 25 - Medidas que ajudariam as pessoas a se manterem em casa e diminuir os impactos da crise de saúde pública



Fonte: Elaborado pela autora

Após conhecer algumas das opiniões do público entrevistado, buscamos identificar a percepção sobre a democracia. A pesquisa apresentou que 73% consideram que o regime democrático é a melhor forma de governo, independente das circunstâncias, 15% não souberam responder e 12% afirmam que a depender das circunstâncias, a democracia pode ser substituída por outros regimes intervencionistas (Gráfico 26).

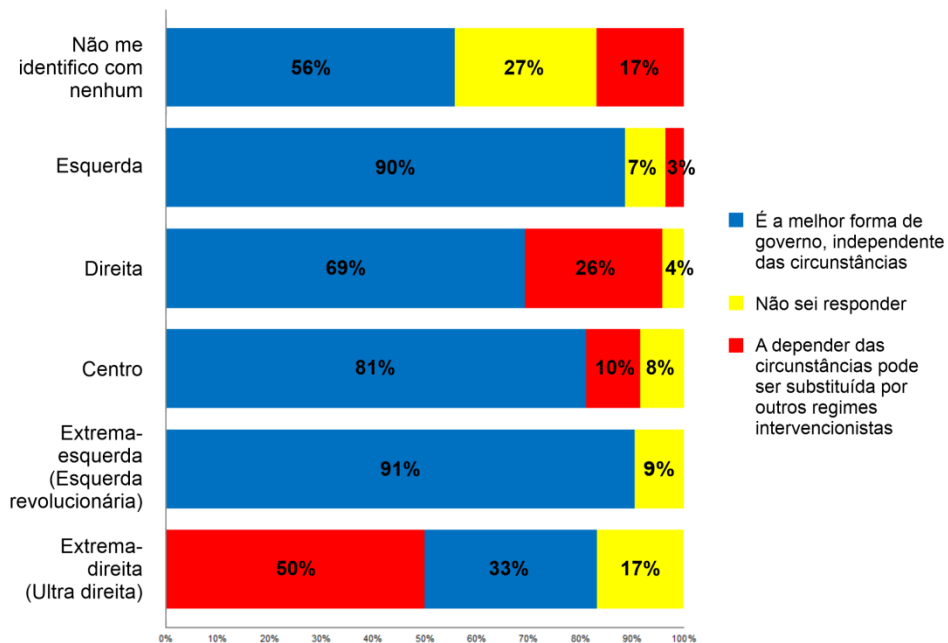
Gráfico 26 - O regime democrático na percepção dos entrevistados



Fonte: Elaborado pela autora

Observamos que, apesar da maioria acreditar que o regime democrático é a melhor forma de governo, uma porcentagem dos entrevistados afirmou que esse pode ser substituído por outros regimes intervencionistas. Demonstrando assim a necessidade de uma investigação do perfil deste público e para entender mais detalhadamente, foi feito o cruzamento da variável com os espectros políticos, como apresenta o gráfico abaixo.

Gráfico 27 - Percepção sobre o regime democrático por espectros políticos

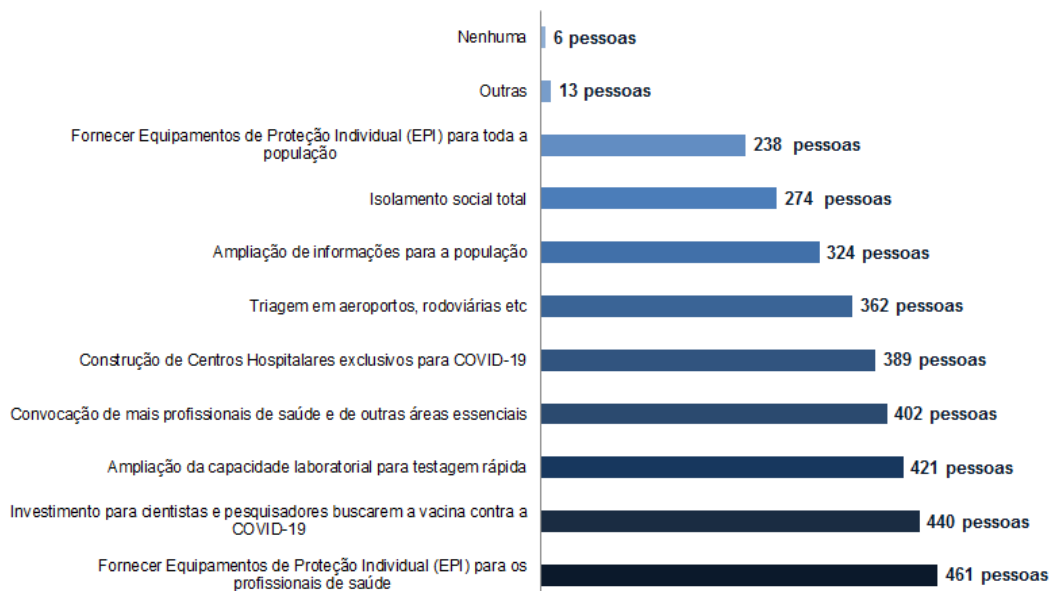


Fonte: Elaborado pela autora

Um dado interessante no gráfico 27 é que a maioria das pessoas que se identificam com a Extrema-direita (Ultra-direita) apontaram que a democracia pode ser substituída por outros regimes intervencionistas, as outras maiores porcentagens foram observadas por pessoas de direita, que não se identificam com nenhum espectro e centro, respectivamente. Mas podemos pontuar que, exceto a extrema-direita, os demais espectros políticos acreditam que a democracia é a melhor forma de governo.

Com a consciência que o estado deve ser garantidor de direitos e que a democracia se estabelece no espaço público, foi perguntado aos entrevistados quais medidas imediatas de combate à crise da Covid-19 o estado deveria tomar. Visualizamos (Gráfico 28) que as respostas mais citadas foram referentes a mais investimentos na área da saúde, pois as seis opções mais escolhidas foram: Fornecer equipamentos de proteção individual (EPI) para os profissionais de saúde, seguido de investimento para cientistas; Investimento para cientistas e pesquisadores buscarem a vacina contra a Covid-19; Ampliação da capacidade laboratorial para testagem rápida; Convocação de mais profissionais de saúde e de outras áreas essenciais; Construção de Centros Hospitalares exclusivos para Covid-19.

Gráfico 28 - Medidas imediatas que o Estado deveria tomar

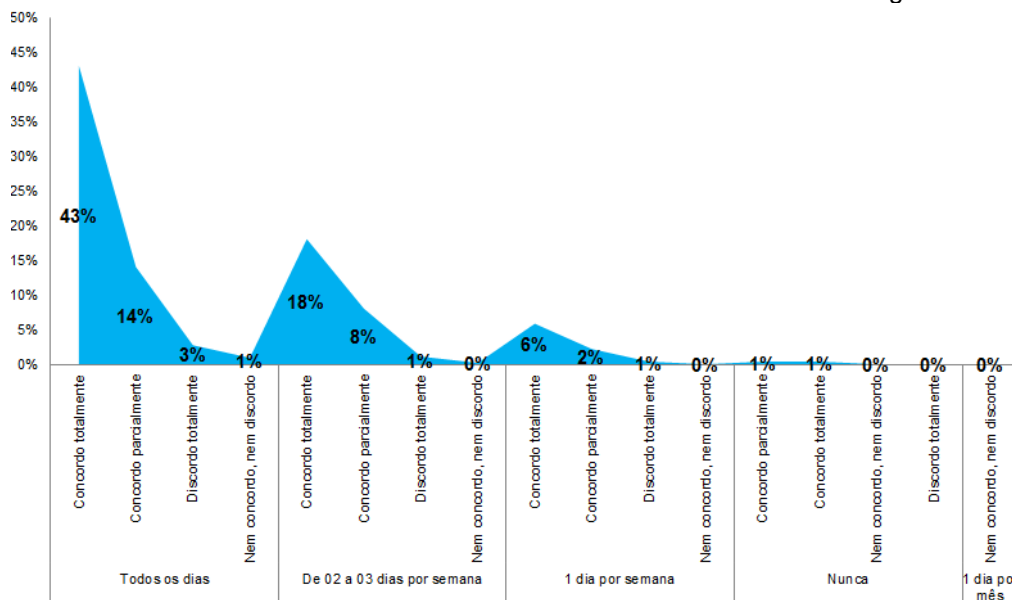


Fonte: Elaborado pela autora

Na busca por conhecer como os entrevistados avaliavam os poderes executivos relacionados às medidas tomadas durante a pandemia, foram feitas perguntas da frequência que acompanhavam as ações do governo federal e de Alagoas e em seguida, questionado o nível de concordância com essas.

Ao ponderar o nível de concordância sobre a medida de isolamento social decretada pelo Governo de Alagoas no dia 20 de março de 2020, de um modo geral, todas as pessoas concordaram.

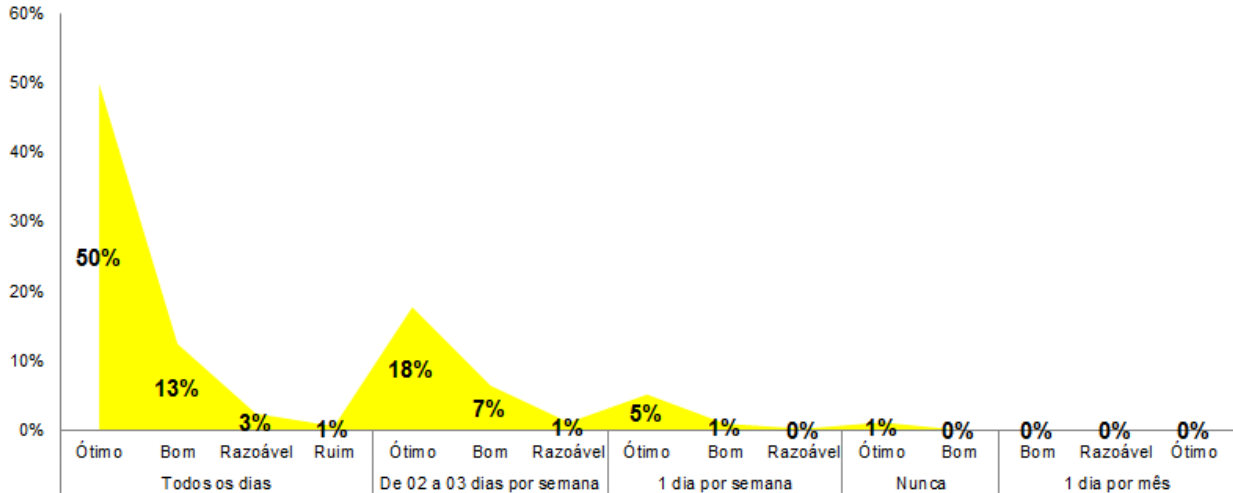
Gráfico 29 - Nível de concordância com o isolamento social em Alagoas



Fonte: Elaborado pela autora

Sobre as ações do governo federal, ao questionarmos o nível de satisfação das pessoas sobre a restrição de entrada de estrangeiros no país por via aérea e o fechamento das fronteiras terrestres com diversos países estrangeiros, foi obtido que 74% afirmaram ser ótimo, registrando que somente 5% avaliaram como razoável ou ruim.

Gráfico 30 - Nível de satisfação sobre o fechamento de fronteiras pelo governo federal

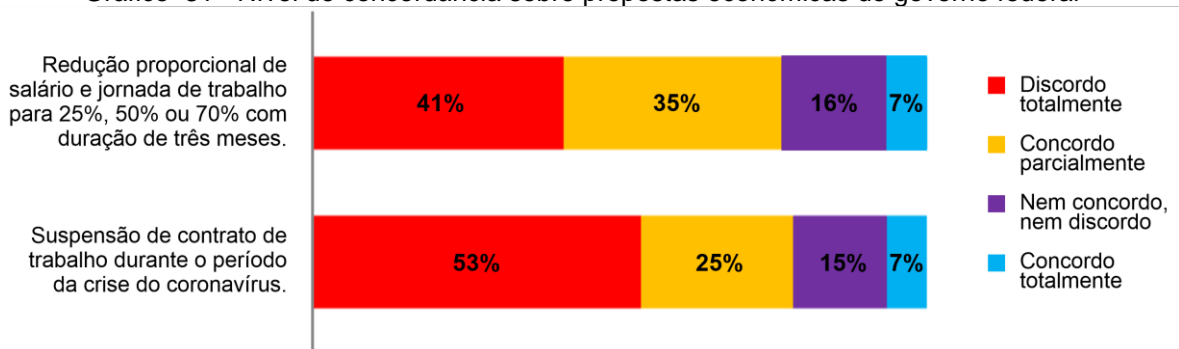


Fonte: Elaborado pela autora

Observamos com os dados anteriores (Gráfico 29 e 30) que as ações tomadas pelos governos, tanto a nível estadual quanto a nível federal, foram bem aceitas pela sociedade alagoana.

Ao tempo da pesquisa, o Governo Federal, por meio do Ministério da Economia, articulava a proposta de redução salarial e suspensão do contrato de emprego, estas que posteriormente foram decretadas. Com o objetivo de investigar a opinião dos alagoanos, questionamos o que achavam e a maioria afirmou discordar totalmente das duas propostas, como se observa no gráfico abaixo.

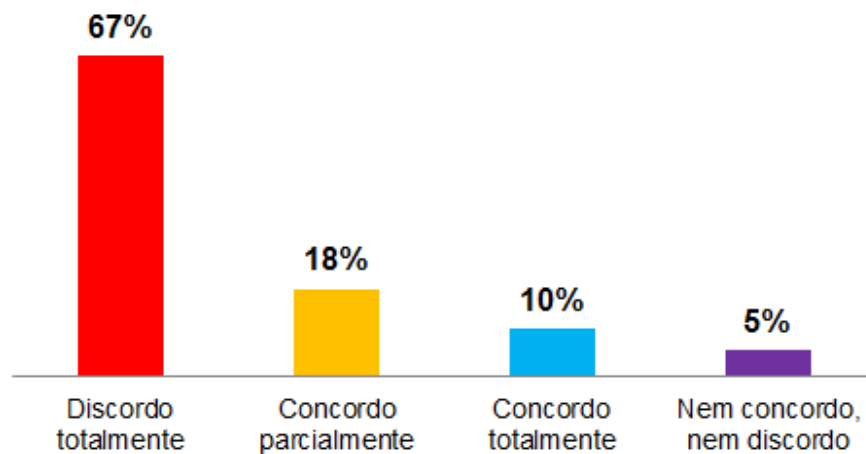
Gráfico 31 - Nível de concordância sobre propostas econômicas do governo federal



Fonte: Elaborado pela autora

No dia 24 de março, o presidente Jair Bolsonaro deu um pronunciamento em rede nacional em que dizia: “devemos, sim, voltar à normalidade. Algumas poucas autoridades estaduais e municipais devem abandonar o conceito de terra arrasada, a proibição de transportes, o fechamento de comércios e o confinamento em massa.”. Nesse sentido, foi indagado o nível de concordância dos entrevistados com a fala e 67% afirmaram que discordavam totalmente (Gráfico 32).

Gráfico 32 - Nível de concordância com pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro

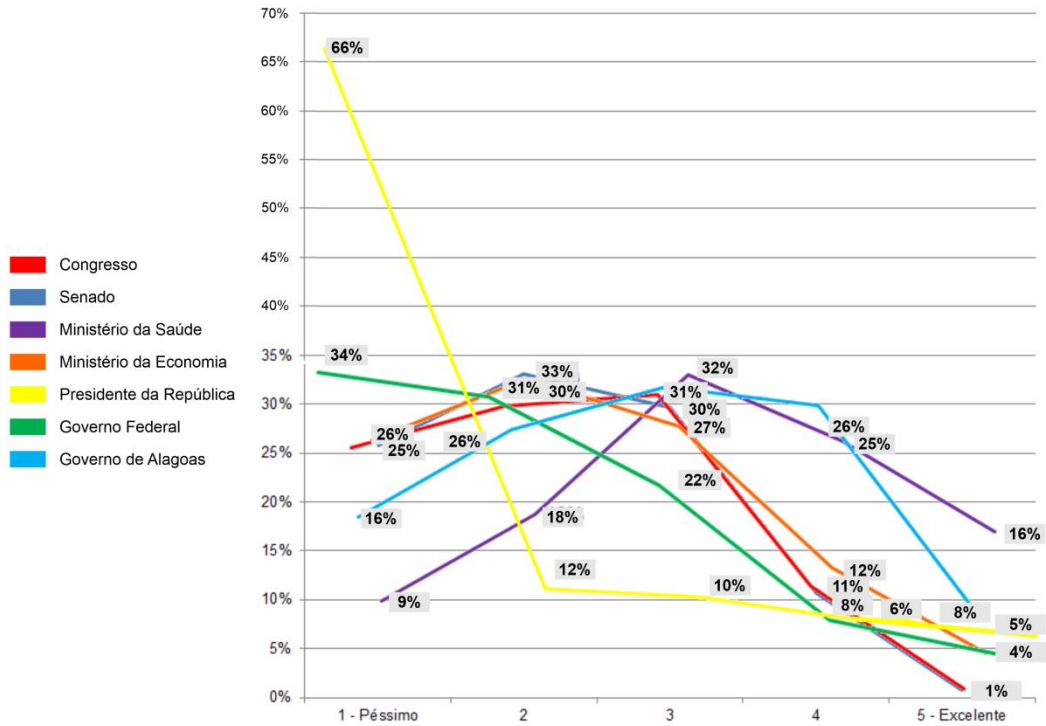


Fonte: Elaborado pela autora

Desta forma, ao analisar os gráficos referentes as ações dos governos, entendemos que a retirada de direitos, ainda que de forma temporária, não é bem vista pela sociedade. As ações que visavam a proteção da saúde pública da população brasileira indicaram o maior nível de concordância, enquanto as medidas econômicas propostas pelo governo federal, liderado pelo presidente Jair Bolsonaro, que reduziu os direitos trabalhistas, foram altamente rejeitadas pelos entrevistados.

Com a intenção de descobrir como os entrevistados avaliavam o desempenho dos setores públicos, foi pedido que selecionassem a escala de 1 a 5, em que 1 significava “péssimo” e 5 “excelente”, o gráfico 33 apresenta o resultado:

Gráfico 33 - Avaliações de desempenho setores públicos



Fonte: Elaborado pela autora

O dado que se destacou na pesquisa é que 66% dos entrevistados avaliaram como péssimo o desempenho do presidente Jair Bolsonaro na gestão da crise provocada pelo novo coronavírus, seguido de 34% do governo federal. Em contraposição, o melhor índice foi o do Ministério da Saúde, tendo 16% avaliado como excelente e somente 9% como péssimo. Os outros setores variaram na média de 2 e 3 das opções mais selecionadas.

Ao ponderar que houve divergências entre o Presidente da República e Ministros da Saúde de como conduzir a crise, resultando em três trocas sucessivas de comando na pasta da saúde, é preciso enxergar esses dados como um ponto interessante de posicionamento a favor da condução que os ministros queriam tomar.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De forma geral, a proposta deste trabalho consistiu em compreender a percepção da sociedade, particularmente a alagoana, sobre a atual crise de saúde pública no Brasil, ligada a pandemia do novo coronavírus (Covid-19). Através da análise das postagens das redes sociais do Governo de Alagoas e de uma pesquisa de opinião, buscamos entender o tema sob a ótica da comunicação.

Ao acompanhar o desenrolar da crise no país e os posicionamentos divergentes entre políticos brasileiros em relação a esse fato, podemos perceber que parte dos alagoanos costumava minimizar a importância do novo coronavírus. Ainda no início, momento em que o vírus começava a demonstrar a sua potencialidade de propagação rápida, foi importante analisar a opinião destes sobre o contexto social, político e econômico.

Percebemos que o principal objetivo foi atendido, pois a pesquisa permitiu ter uma visão panorâmica sobre a percepção das pessoas em toda a sua complexidade e contradições. Nesse sentido, a pesquisa de opinião pública se mostrou um instrumento importante e indispensável para a prática de relações públicas, o que se mostra igualmente fundamental para as práticas de gestão da comunicação, gerenciamento de crise e combate à desinformação.

Com a pesquisa foi possível observar que os entrevistados acompanhavam diariamente as ações de enfrentamento à Covid-19 dos poderes públicos, indicando a importância da comunicação no cotidiano das pessoas no cenário pandêmico. Através de pesquisa é possível, além de compreender o contexto social, fazer com que mais pessoas reflitam sobre o seu papel na promoção da saúde pública.

Ao identificar que o meio digital aparece como protagonista na busca por informações pelos respondentes da pesquisa, é preciso considerar o ambiente online que o questionário foi aplicado e seus possíveis vieses. Contudo, também é preciso pontuar que as pessoas inseriram as mídias digitais nas suas vidas e o uso da internet, por ser independente da mediação do sistema de mídia e dos governos (Castells, 2005), é um ótimo recurso que deve ser usado como fonte de observação das manifestações da opinião pública.

O estudo permitiu verificar que os alagoanos concordaram com as medidas adotadas pelo governo estadual e pelo governo federal para a crise da Covid-19 que



visavam à contenção da propagação do vírus, como o isolamento social decretado pelo governo de Alagoas, e a medida do governo federal de fechamento de fronteiras. Entretanto, a maioria dos respondentes discordou da retirada temporária de direitos trabalhistas propostos pelo governo federal, como a suspensão do contrato de trabalho e diminuição proporcional do salário e carga horária.

Através dos dados, foi possível observar as consequências da disputa de narrativas das autoridades federais e estaduais em torno da crise de saúde pública. No geral, a pesquisa revelou que os entrevistados desconfiam das informações dadas por ambos os níveis de governo.

Buscamos também entender a percepção dos alagoanos sobre regimes democrático em crises como a da Covid-19. Os dados mostram que as pessoas acreditam que a democracia é a melhor forma de governo, independente das circunstâncias. Ainda assim, ao fazer o recorte por posicionamento político, observamos que grupos com identificação com ideologias de direita afirmaram que, a depender das circunstâncias, regimes intervencionistas pode ser uma opção. Este último abre espaço para reflexão sobre as ações constantes de tentativas do então presidente Jair Bolsonaro de deslegitimar as instituições democráticas do país.

Nossa hipótese central era que o desrespeito ao isolamento social refletia a desconfiança da população quanto aos governantes brasileiros na condução da crise de saúde pública. Após realizar a pesquisa, a hipótese foi confirmada ao questionar o nível de confiança nos poderes públicos executivos e obter que as pessoas confiam pouco ou não confiam nestes.

A segunda hipótese era que a despolitização da sociedade estava muitas vezes associada à identificação com políticas de extrema-direita como um elemento que atravessa o comportamento daqueles que se opõem a medidas de proteção da saúde pública, como o isolamento social, desconsiderando a sobreposição do interesse coletivo em detrimento do privado. Após realizar o cruzamento de variáveis, sobretudo de espectro político e opinião sobre a quarentena, foi confirmada a hipótese ao perceber que o público de direita é o único que se comporta diferente na pesquisa, afirmando que a quarentena deve ser aplicada somente os grupos de risco. Posto isso, confirmamos o poder e a influência do presidente perante seus eleitores, que direcionam comportamentos, opiniões e atitudes desses.

Foi possível observar que os espectros políticos se comportam de maneira diferente quando contrastadas a questões como nível de confiança nas fontes de informações, bem como a quem deveria ser aplicada a quarentena e percepção sobre o regime democrático. Podemos associar isso ao panorama político nacional extremamente dividido e a descoordenação federativa na adoção de políticas públicas no combate a crise.

Para chegar ao resultado apresentado foi necessário elaborar o questionário que abordou as medidas e propostas tomadas pelos entes federativos no enfrentamento à Covid-19, além de referências teóricas sobre o tema. A construção do trabalho foi necessária para compreender ainda mais que a comunicação atravessa a área da saúde, a política, a ciência e, sobretudo, contextos de crise.

Em sintonia com esses pensamentos, podemos refletir e chegar a determinadas conclusões. Em situações de crises, sobretudo quando envolve a saúde pública, é preciso mobilização coordenada a nível nacional, com orientações mais claras, orientação das ações de comunicação, com estratégias diárias conforme novas informações surgem, diálogos com grupos para entender como atingir diferentes públicos, pois a comunicação ajuda a influenciar a mudança de comportamento.

Contudo, tornou-se possível observar que os poderes públicos, especialmente o governo federal, foram na contramão do que a ciência apontava e do conhecimento acumulado em situações de crise, tendo como consequência muitas vidas perdidas. Dessa forma, podemos concluir que a condução do combate ao novo coronavírus foi insuficiente e reflete no agravamento da pandemia no Brasil.

Por fim, ressaltamos a importância de conhecer as necessidades da população, o que é possível através da investigação sobre a percepção da opinião pública, que no caso deste estudo é dos alagoanos, e, a partir dela, traçar estratégias de incentivo ao conhecimento coletivo. A comunicação não deve ser apenas unidirecional e informativa, mas um caminho de escuta e diálogo, a fim de preparar a sociedade para enfrentar, coletivamente, tempos de crise.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, I. S. As mídias, as instituições de saúde e a população: convergências e divergências na comunicação sobre a prevenção da dengue. **Organicom** (USP), São Paulo, v. 9, n. 16-17, p. 50-66, nov. 2012.
- ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M.; MURTINHO, R. A Comunicação no Sistema Único de Saúde: cenários e tendências. **Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación**. São Paulo, v. 6, n.10, p. 104-115, 1. sem. 2009.
- BECK, U. **Sociedade de risco**: rumo a outra modernidade. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2011, 384 p.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Tradução: Fernando Tomaz. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998, 313 p.
- BUSSAB, W. O. Introdução ao Levantamento de Dados (Amostragem). In: DIAS, S. R. (coord.). **Pesquisa de Mercado**. 1. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2011.
- CASTELLS, M. A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Política. In: CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (org.). **A Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Acção Política**. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, imp., 2006.
- CHARAUDEAU, P. **A conquista da opinião pública**: como o discurso manipula as escolhas políticas. Tradução: Angela M. S. Corrêa. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2016, 192 p.
- FORNI, J. J. Comunicação em tempo de crise. In: DUARTE, J. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**: Teoria e Técnica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 387 – 416.
- FORNI, J. J. Comunicação em tempos de crise. [Entrevista concedida a] Luiz Alberto de Farias. **Organicom**, [S. l.], v. 4, n. 6, p. 198-2011, 1º semestre de 2007.
- FORNI, J. J. **Gestão de crises e comunicação**: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015, 320 p.
- FORNI, J. J. Os dez passos da Comunicação na hora da crise. In: FORNI, J. J. **Comunicação & Crise**. Brasília – DF, 13 set. 2018. Disponível em: <<https://www.comunicacaoecrise.com/site/index.php/artigos/1068-os-10-passos-da-comunicacao-de-crise>> Acesso em: 05 mar. 2021
- GÜNTER, H. Como elaborar um questionário. Série Planejamento de Pesquisa nas Ciências Sociais, ed. 1. Brasília, DF: UnB, **Laboratório de Psicologia Ambiental**, 2003. 35 p.

KUNSCH, M. Gestão Integrada da Comunicação Organizacional e os Desafios da Sociedade Contemporânea. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, n.32, p. 45-67, 1999.

KUNSCH, M. (org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. 2. ed. São Paulo: Tompson, 2006, 298 p.

LIMEIRA, T. Objetivos da Pesquisa de Marketing. In: DIAS, Sergio Roberto (coord.). **Pesquisa de Mercado**. 1. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2011.

LIPPMANN, W. **Opinião pública**. Tradução e prefácio de Jacques A. Wainberg. ed. 14. Petrópolis: Vozes, 2008, 352 p.

MIGUEL, N. A. A Pesquisa de Marketing e a Metodologia Científica. In: DIAS, Sergio Roberto (coord.). **Pesquisa de Mercado**. 1. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2011.

PARISER, E. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2012, 252 p.

RECUERO, R. Fraude nas Urnas: Estratégias Discursivas de Desinformação no Twitter nas Eleições 2018. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, [S. l.]: v. 20, n. 3, p. 383-406, jul-set 2020.

RICHARDSON, R. J. e colab. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989, 284 p.

ROSSI, G. B. O Questionário. In: DIAS, Sergio Roberto (coord.). **Pesquisa de Mercado**. 1. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2011.

SAMARTINI, A. Pesquisa Mercadológica – Métodos Quantitativos. In: DIAS, Sergio Roberto (coord.). **Pesquisa de Mercado**. 1. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2011.

SOARES DE ARAUJO, I.; AGUIAR CORDEIRO, R. A pandemia e o pandemônio: Covid-19, desigualdade e direito à comunicação. **Revista Latinoamericana Comunicación Chasqui**. Quito, v. 1, n. 145, p. 215-234, 2020.

TEIXEIRA, P. B.. **Gestão e Gerenciamento de Crise na Sociedade do Risco: a construção midiática dos riscos alimentares e seus impactos sobre diferentes públicos**. 2011, 169 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2011.

TEIXEIRA, P. B. **Caiu na Rede. E agora?** Gestão e Gerenciamento de Crise nas Redes Sociais. 1 ed. São Paulo: Évora, 2013, 170 p.

TEIXEIRA, P. B. Sociedade do Risco na Sociedade da Informação: Gestão e Gerenciamento de crise nas redes sociais. **V Congresso Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas – ABRAPCORP**. São Paulo, ed. 5, p. 1-12, mai. 2011.

## APÊNDICE

Apêndice A – Questionário. Roteiro de entrevista estruturado com perguntas fechadas

1. Estado que reside:

- Acre  Alagoas  Amapá  Amazonas  Bahia  Ceará  
 Distrito Federal  Espírito Santo  Goiás  Maranhão  Mato Grosso  
 Mato Grosso do Sul  Minas Gerais  Pará  Paraíba  Paraná  
 Pernambuco  Piauí  Rio de Janeiro  Rio Grande do Norte  
 Rio Grande do Sul  Rondônia  Roraima  Santa Catarina  
 São Paulo  Sergipe  Tocantins

### BLOCO – INFORMAÇÕES PESSOAIS

2. Sexo:  Masculino  Feminino

3. Faixa etária:  Até 17 anos  18 a 24 anos  25 a 34 anos  
 35 a 44 anos  45 a 54 anos  55 a 64 anos  65+ anos

4. Estado civil:  Solteiro  Casado  Divorciado  Viúvo  Outro

5. Nível de escolaridade:  Analfabeto  Ensino fundamental incompleto  
 Ensino fundamental completo  Ensino médio incompleto  
 Ensino médio completo  Superior incompleto  Superior completo

6. Ocupação atual:  Empregador  Empregado com carteira de trabalho assinada  Militar do exército, marinha, aeronáutica, policial militar ou corpo de bombeiros  Empregado pelo regime jurídico dos funcionários públicos  
 Empregado com outros regimes de contrato (Ex.: aprendizes, estagiários, contrato temporário etc)  Empregado não remunerado  Autônomo  
 Estudante com bolsa de estudos e pesquisa Desempregado

7. Renda familiar mensal: ( ) Até 1 salário mínimo (R\$ 1.039,00) ( ) + de 1 a 3 salários mínimos (R\$ 1.039,00 – R\$ 3.117,00) ( ) + de 3 a 10 salários mínimos (R\$ 3.117,00 – R\$ 10.390,00) ( ) + de 10 a 15 salários mínimos (R\$ 10.390,00 – R\$ 15.585,00) ( ) + de 15 a 20 salários mínimos (R\$ 15.585,00 – R\$ 20.780,00) ( ) + de 20 salários mínimos (+ R\$ 20.780,00)
8. Considerando a classificação usada pelo IBGE, como você define a sua cor?  
( ) Branca ( ) Preta ( ) Parda ( ) Amarela ( ) Indígena
9. Qual é a sua religião? ( ) Católica ( ) Protestante ( ) Afro-brasileira ( ) Espiritismo ( ) Ateísmo ( ) Não tenho religião, mas acredito em Deus ( ) Outras
10. Em termos de política, você se identifica mais com: ( ) Extrema-direita (Ultra direita) ( ) Direita ( ) Centro ( ) Esquerda ( ) Extrema esquerda (Esquerda revolucionária) ( ) Não me identifico com nenhum

### **BLOCO – USO DE INTERNET E REDES SOCIAIS**

11. Frequência diária de acesso à internet: ( ) Várias vezes ao dia ( ) Pelo menos uma vez ao dia ( ) Não acesso a internet todos os dias
12. Dispositivo de acesso à internet que você mais usa: ( ) Computador ou notebook ( ) Celular (Smartphone, Iphone etc) ( ) Tablet ( ) TV (Smart, LED, 3D etc)
13. Quanto às redes sociais, quais os veículos mais usados? (Marque até 3 respostas) ( ) WhatsApp ( ) Instagram ( ) Facebook ( ) Twitter ( ) YouTube ( ) Telegram ( ) Outros
14. Pensando em uma escala de 1 a 5, em que 1 significa “não confio” e 5 significa “confio muito”, qual o seu nível de confiança em relação as notícias do coronavírus divulgadas ou compartilhadas por:

Jornalistas e mídias de conteúdo jornalístico ( ) 1 – Não confio ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5  
– Confio Muito

Entidades do Governo Federal ( ) 1 – Não confio ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 – Confio  
Muito

Entidades do Governo Estadual (AL) ( ) 1 – Não confio ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 –  
Confio Muito

Pessoas de sua confiança nas redes sociais ( ) 1 – Não confio ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5  
– Confio Muito

Especialistas da área da saúde ( ) 1 – Não confio ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 – Confio  
Muito

15. Atualmente, quais as suas principais fontes de informação sobre o  
coronavírus (COVID-19)? (Marque 1 ou mais respostas)

( ) Televisão ( ) Rádio ( ) Jornal impresso ou online ( ) Revista impressa ou online

( ) Sites de notícias ( ) Redes sociais ( ) Boca a boca Outro: \_\_\_\_\_

16. Você costuma usar a internet para acessar informações sobre o COVID-19?

( ) Sim ( ) Não

## **BLOCO – CONSUMO DE MÍDIA E A CRISE DO NOVO CORONAVÍRUS NO BRASIL**

17. Você costuma compartilhar informações sobre COVID-19... \*

( ) Depois de ler o conteúdo apenas ( ) Depois de ler o conteúdo e verificar se a  
informação é verdadeira ( ) Se o título for interessante, independente da fonte ( ) Se  
quem me enviou for de confiança e o conteúdo me interessar, eu compartilho sem  
necessariamente verificar se a informação é verdadeira ( ) Se quem me enviou for  
de confiança, eu compartilho independente do conteúdo ( ) Não compartilho

## **BLOCO – PERCEPÇÃO SOBRE A CRISE DO NOVO CORONAVÍRUS NO BRASIL**

18. O novo coronavírus é uma situação de emergência de saúde pública. Você: \*

Concordo totalmente  Concordo parcialmente  Nem concordo, nem discordo  
 Discordo totalmente

19. Você acredita que a quarentena\* deve ser aplicada a: \* \* Quarentena é o isolamento de pessoas, estabelecido pelas secretarias de saúde dos estados e municípios ou pelo ministro da Saúde.  Todos  Grupos de risco  Quem está infectado  Ninguém  Não tenho opinião formada sobre o assunto

20. . Muito tem se debatido sobre o que será mais prejudicial para os mais vulneráveis. Você considera que...  Um colapso no Sistema de Saúde por consequência do novo coronavírus é mais prejudicial a população do que uma crise econômica  Um colapso no Sistema de Saúde ou uma crise na economia são igualmente prejudiciais à população  Uma crise na economia é mais prejudicial a população do que o vírus Não sei responder

21. Quais medidas você acredita que ajudariam a manter a população em casa e diminuir os impactos durante a atual crise de saúde pública? (Marque 1 ou mais respostas) \*

\* O Imposto sobre Grandes Fortunas (IGF) vale para quem tem patrimônio líquido superior a R\$ 22,8 milhões, com alíquotas entre 0,5% e 1%. (Fonte: Agência Senado)

- Renda Básica Emergencial
- Imposto sobre Grandes Fortunas (IGF)\*
- Suspensão temporária do contrato de trabalho
- Corte do fundo partidário
- Corte de benefícios adicionais a políticos, como auxílio paletó, auxílio moradia e auxílio alimentação
- Recursos financeiros para as pequenas empresas
- Antecipação dos benefícios previdenciários, como metade do 13º salário de aposentados e pensionistas do INSS
- Reforço e ampliação do Programa Bolsa Família
- Renegociação de empréstimos, com redução da taxa de juros, de famílias e empresas
- Nenhuma
- Outro: \_\_\_\_\_



22. De acordo com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, todos têm direito à saúde e ao bem estar. Que medidas imediatas de combate à crise do COVID-19 o Estado deveria tomar? (Marque 1 ou mais respostas)

\* Declaração Universal dos Direitos Humanos, artigo XXV: “todo ser humano tem direito a um padrão de vida capaz de assegurar-lhe, e a sua família, saúde e bem-estar”

- Construção de Centros Hospitalares exclusivos para COVID-19
- Convocação de mais profissionais de saúde e de outras áreas essenciais
- Fornecer Equipamentos de Proteção Individual (EPI) para os profissionais de saúde
- Fornecer Equipamentos de Proteção Individual (EPI) para toda a população
- Ampliação de informações para a população
- Isolamento social total
- Investimento para cientistas e pesquisadores buscarem a vacina contra a COVID19
- Ampliação da capacidade laboratorial para testagem rápida
- Triagem em aeroportos, rodoviárias etc
- Nenhuma
- Outro: \_\_\_\_\_

23. Em sua opinião, o regime democrático: \*

\* Democracia é a forma de governo que se baseia na vontade e participação popular; Regime Intervencionista é o direito de intervenção política que o Governo Federal tem de participar de decisões dos estados e, da mesma forma, que os estados têm de participar de seus municípios.

- É a melhor forma de governo, independente das circunstâncias
- A depender das circunstâncias, a democracia pode ser substituída por outros regimes intervencionistas
- Não sei responder

## **BLOCO – AVALIAÇÃO DAS AÇÕES DO GOVERNO DE ALAGOAS PARA O COMBATE DA PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS**

A seguir, queremos saber a sua opinião em relação às principais medidas do Governo de Alagoas de combate ao novo coronavírus que impactam diretamente a

vida dos alagoanos. Assinale a(s) alternativa(s) que mais se ajusta/ajustam à sua opinião

24. Você está acompanhando as ações do Governo de Alagoas para controle da propagação do vírus no estado? ( ) Todos os dias ( ) De 02 a 03 dias por semana ( ) 1 dia por semana ( ) 1 dia por mês ( ) Nunca

25. Se você acompanha as ações do Governo de Alagoas, por qual(is) meios você mais acompanha? (Marque até 3 respostas)

( ) Jornais impressos ou online ( ) Telejornais ( ) Rádio ( ) Sites de notícias ( ) Sites oficiais do Governo de Alagoas ( ) Páginas oficiais do Governo de Alagoas nas redes sociais ( ) No feed das suas redes sociais ( ) Grupos nas redes sociais ( ) Outro

26. O isolamento social ajuda a conter a propagação do vírus, segundo o diretor geral da Organização Mundial da Saúde (OMS). No dia 20 de março, Alagoas decretou a suspensão temporária das atividades de comerciais, restaurantes, igrejas e transporte municipal em todo o Estado. Qual a sua opinião a respeito do decreto? ( ) Concordo totalmente ( ) Concordo parcialmente ( ) Nem concordo, nem discordo ( ) Discordo totalmente

### **BLOCO – AVALIAÇÃO DAS AÇÕES DO GOVERNO FEDERAL PARA O COMBATE DA PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS**

A seguir, queremos saber a sua opinião em relação às principais medidas do Governo Federal na área da saúde e da economia de combate à crise decorrente do novo coronavírus que impactam diretamente a vida dos brasileiros. Assinale a(s) alternativa(s) que mais se ajusta/ajustam à sua opinião

27. Você está acompanhando as ações do Governo Federal para combater a pandemia no Brasil? ( ) Todos os dias ( ) De 02 a 03 dias por semana ( ) 1 dia por semana ( ) 1 dia por mês ( ) Nunca

28. Se você acompanha as ações do Governo Federal, por qual(is) meio(s) você mais acompanha? (Marque até 3 respostas)

Jornais impressos e online de circulação nacional e local  Telejornais  Rádio  
 Sites de notícias  Sites oficiais do governo federal  Páginas oficiais do governo federal nas redes sociais  Perfis e canais pessoais do Presidente da República nas redes sociais  No feed das suas redes sociais  Grupos nas redes sociais  Outro

29. O Governo Federal determinou a restrição de entrada de estrangeiros no país por via aérea e o fechamento das fronteiras terrestres com diversos países estrangeiros. Qual sua avaliação sobre as medidas?

Ótimo  Bom  Razoável  Ruim

30. O projeto de lei de Auxílio Emergencial aprovado pelo Congresso e pelo Senado Federal nos dias 26 de março e 01 de abril, respectivamente, autoriza o destino de R\$ 600,00 reais por pessoa, podendo chegar a R\$ 1.200,00 por família por três meses. Qual a avaliação sobre o projeto? \* \* O auxílio é destinado a cidadãos maiores de idade sem emprego formal, nas condições de microempreendedores individuais (MEI) ou contribuintes da Previdência Social, e desempregados que tenham renda familiar mensal inferior a meio salário mínimo por pessoa ou três salários mínimos no total por família. (Fonte: Agência Senado)

Ótimo  Bom  Razoável  Ruim

31. Qual sua opinião sobre a proposta do Ministério da Economia de redução proporcional de salário e jornada de trabalho para 25%, 50% ou 70% com duração de três meses?

Concordo totalmente  Concordo parcialmente  Nem concordo, nem discordo  
 Discordo totalmente

32. Qual sua opinião sobre as propostas apresentadas pelo Ministério da Economia sobre suspensão de contrato de trabalho durante o período da crise do coronavírus, que pode levar meses?

Concordo totalmente  Concordo parcialmente  Nem concordo, nem discordo  
 Discordo totalmente

33. No dia 24 de março, o Presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, deu um pronunciamento em rede nacional em que dizia: “devemos, sim, voltar à normalidade. Algumas poucas autoridades estaduais e municipais devem abandonar o conceito de terra arrasada, a proibição de transportes, o fechamento de comércios e o confinamento em massa.”. Em relação à opinião do presidente, você:

Concordo totalmente  Concordo parcialmente  Nem concordo, nem discordo  
 Discordo totalmente

### **BLOCO - AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DOS SETORES**

34. Pensando em uma escala de 1 a 5, em que 1 significa “péssimo” e 5 significa “excelente”, como você avalia o desempenho dos seguintes setores:

Congresso  1 – Péssimo  2  3  4  5 – Excelente

Senado  1 – Péssimo  2  3  4  5 – Excelente

Ministério da Saúde  1 – Péssimo  2  3  4  5 – Excelente

Ministério da Economia  1 – Péssimo  2  3  4  5 – Excelente

Presidente da República  1 – Péssimo  2  3  4  5 – Excelente

Governo Federal  1 – Péssimo  2  3  4  5 – Excelente

Governo de Alagoas  1 – Péssimo  2  3  4  5 – Excelente