

Numa passagem de *Cândido, ou O otimismo*, o personagem criado por Voltaire define o otimismo como a mania de sustentar que tudo está bem quando tudo está mal. É a sua maneira de refutar seu mestre Pangloss, para quem sempre vivemos no melhor dos mundos possíveis. Algum tempo antes, ambos haviam passado por uma experiência terrível, das mais perturbadoras que a humanidade presenciara até aquele momento, o terremoto de Lisboa, e isso fizera com que o discípulo (e até onde se sabe, também o autor do romance) mudasse sua visão de mundo.

Tal como o terremoto de Lisboa, no século XVIII, a pandemia do coronavírus trouxe de volta uma ideia antiga, apocalíptica, de fim do mundo. Tal como aquele evento catastrófico, também a atual epidemia de covid-19 gerou uma crise sem precedentes em todos os níveis: da saúde à economia, da política à educação, das artes às formas tradicionais de informação, da religião ao lazer, dos relacionamentos sociais à filosofia, incluindo neste último as questões éticas, quase sempre muito tênues, que separam a verdade da mentira, por assim dizer, o joio do trigo. Mas será que as crises, sobretudo essas de proporções gigantescas (malgrado a insistência fanfarrona nas cloroquinas e “gripezinhas”, a lembrar o já citado Pangloss), têm mesmo esse poder de mudar os valores das pessoas, incluindo suas convicções, crenças, comportamentos? E se a resposta for sim, em que medida isso ocorre? É permanente ou transitório?

O presente dossiê da **Revista USP** tenta responder a essas perguntas e muitas outras. Totalmente baseado no projeto “Valores em Crise”, da World Values Survey Association, foi organizado pelo professor José Álvaro Moisés e pelo pesquisador Diego Moraes, respectivamente, do Instituto de Estudos Avançados da USP e do Instituto Sivis, responsáveis pela aplicação da pesquisa no Brasil.

Jurandir Renovato