

26 milhões de casos

O mundo já contabiliza mais de **26 milhões de infectados** por coronavírus. O dado é da Universidade Johns Hopkins e foi atualizado hoje. Os Estados Unidos lideram o ranking, com 6,1 milhões. O Brasil está em segundo lugar. Movimentos recentes são observados mais de perto e a situação da pandemia no país sugere que o chamado **platô** pode estar ficando para trás.



Tecnologias digitais minimizam impacto econômico

[Nota técnica](#) do escritório brasileiro da ONU para o Desenvolvimento Industrial (UNIDO) explica a necessidade do investimento das empresas em digitalização.

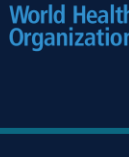
somos a cosan
mais do que nunca, parceira na sua corrida

Dados da OMS

25.884.895 casos no mundo

859.130 óbitos no mundo

Painéis



Brasil [Ministério da Saúde](#)

4.041.638 casos (total)

43.773 novos casos (em 24h)

3.247.610 recuperados

669.414 em acompanhamento

124.614 óbitos (total)

834 óbitos (em 24h)



Redes sociais

151 mil publicações coletadas

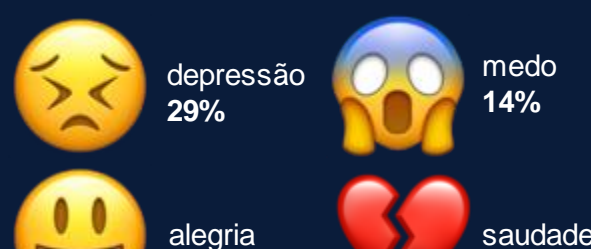
979 mi perfis potencialmente impactados

[Acesse o dashboard interativo](#)

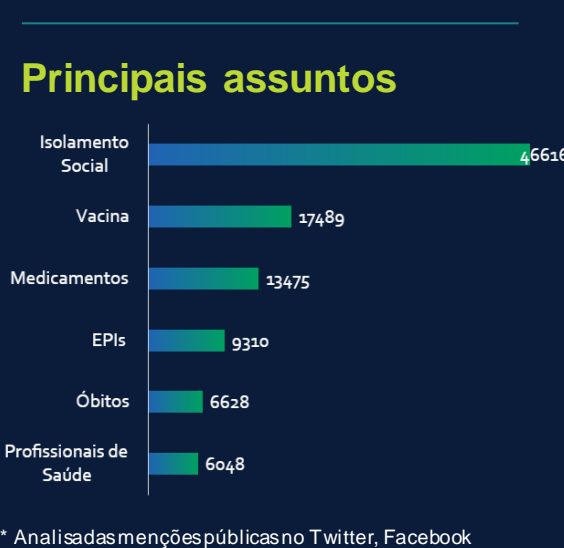
fsbinteligência

Sensações nas redes

A rotina de restrições e o isolamento social elevam a sensação de 'depressão'



Principais assuntos



* Analisadas menções públicas no Twitter, Facebook e Instagram, respeitando as limitações de coleta de cada API. Para o Twitter, a amostra contabiliza 10% da coleta.

Casos por estados



Índice de isolamento social por estado



inloco *Dados do dia 02/09

Alon Feuerwerker

Journalista, analista político da FSB e colunista de Veja e do Poder 360

Cansou?

Um périplo pelos jornais digitais nesta tarde trouxe a grande novidade: a Covid-19 parece ter deixado de ser notícia.

Um paradoxo, pois as mortes diariamente registradas ainda estão no patamar, por exemplo, dos momentos mais graves da pandemia na Itália, primeiro país do hemisfério ocidental a expressar em números a dimensão da doença.

Mas hoje no Brasil a página parece ter sido virada.

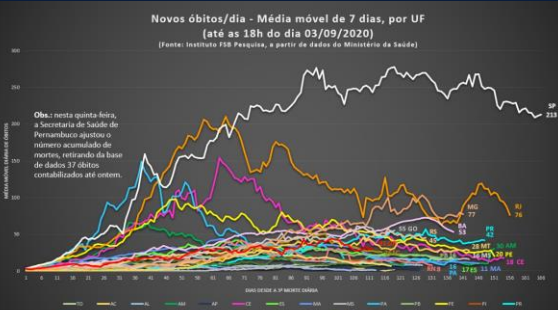
E a substituição não foi por algo assim tão atraente: uma proposta de reforma administrativa cujos efeitos práticos só serão sentidos, se aprovada, bem lá adiante. Mas paciência, o espetáculo precisa continuar. E quando o assunto da hora cansa, qualquer coisa serve para tentar atrair a atenção.

É negável que o momento traz algum otimismo. As últimas estatísticas mostram que o crescimento do número de casos desacelerou na ampla maioria dos grandes municípios ([leia](#)).

É uma boa notícia, ainda que a contabilidade de casos seja um número de precisão bastante duvidosa. Mas não deixa de ter utilidade.

FSB Pesquisa

Para acompanhar a evolução das mortes por Covid-19 em todo o país, o **Instituto FSB Pesquisa** elabora diariamente o gráfico abaixo, que acompanha a curva de óbitos em cada Unidade da Federação a partir do dia em que a média móvel de 7 dias (somadas as mortes dos últimos 7 dias e divididas por 7) da respectiva região chega pela primeira vez a 3 óbitos. O objetivo é comparar as curvas de óbitos com base no mesmo período de evolução da doença em cada UF.



Milena Cosmo

Diretora de núcleo da FSB Comunicação no RJ

Ser ou não neutro: eis a questão

Vivemos um tempo em que todos os sentimentos estão mais aflorados, intensos, pulsantes. E com o consumidor não é diferente. Ele quer mais marcas. Quer atitude. Ele quer posicionamentos claros, propósito – palavra da moda. Ficar “em cima do muro” é coisa do passado.

E isso não vale só para as empresas que se relacionam diretamente com o consumidor, mas também para aquelas com atuação B2B e que têm uma cultura de comunicação mais tímida. Antes mesmo da pandemia, pesquisa da Accenture (2019) mostrou que 79% dos entrevistados no país - entre 1.564 pessoas - querem que as marcas se posicionem sobre assuntos relevantes, como sociedade, cultura e meio ambiente. Afinal, elas fazem parte do ecossistema social, não é?

Já uma pesquisa da Kantar Ibope Apontia, feita durante a pandemia, apontou que 82% querem que elas comuniquem mais os seus valores, o que mostra que as empresas, para terem destaque, “devem ser autênticas, relevantes e terem um propósito”.

Ou seja, o consumidor quer ter acesso a essas informações, num indicativo de que os valores influenciam cada vez mais sua relação com as marcas.

Assim, reflita continuamente sobre a relevância da sua empresa e tenha propósitos engajadores, que conversem com a personalidade e a história da marca e dos seus públicos.

Sempre, é claro, com uma estratégia de comunicação forte e integrada e que respeite a identidade construída até aqui.

Saúde_Ciência

- Crianças** podem ter Covid-19 e anticorpos ao mesmo tempo, diz pesquisa
- Casos de Covid-19 **param de crescer** na maioria das cidades grandes do Brasil
- Estudo** sugere período de quarentena mais longo
- Obesos: risco de **Covid-19 grave** é alto
- Sanofi e GSK** iniciam teste para vacina contra Covid-19 baseada em proteína
- Pesquisa** mostra como nascem e qual o perfil das **fakes news** sobre a Covid-19
- Por que **máscaras com válvula** não são recomendadas contra Covid-19?
- Coronavírus** leva, em média, 30 dias para desaparecer do corpo, mostra estudo

Internacional

- França** lança pacote de € 100 bi
- Bolivianos** improvisam covas com lotação de cemitérios na pandemia
- Índia bate **recorde diário** de casos
- Israel** anuncia quarentena nacional parcial após alta de casos de coronavírus
- Família Bolsonaro está **muito preocupada** comigo e com a Argentina', diz Fernández
- Assembleia da **ONU**: Bolsonaro, Trump, Putin e outros **discursarão** no 1º dia

Bem-estar (em casa)

Faça você mesmo
[Limpeza](#) do lar traz sensação de calma

Efeito colateral
Como o [trabalho remoto](#) prejudica um mercado de mais de US\$ 1 tri

Economia

Reforma administrativa
[Proposta](#) prevê novos vínculos; [Maia](#) elogia e promete agilizar comissão especial

Indústria
[Produção industrial](#) avança 8% em julho

Agro 4.0
Programa da [ABDI](#) quer promover aumento de eficiência e produtividade no campo

Copom
[Questionário pré-reunião](#) faz perguntas sobre IPCA 2022 e auxílio emergencial

Ferrovias
Governo prevê [investimentos](#) privados

B3/câmbio
Bolsa recua 1,2%; dólar [encerra](#) a R\$ 5,24

Poder + Política

- Aprovação do governo** no Nordeste cai depois de viagens de Bolsonaro
- Senado** fará 'atacadão' de 32 sabinatas com candidatas a embaixadoras em 1 dia
- Senadora anuncia [PEC para reeleição](#) de presidentes do Legislativo
- 'Sem **preocupação** com a questão fiscal e o meio ambiente, nada será relevante'
- Bolsonaro [quebra regra](#) de Guedes sobre gastos e abre concursos públicos
- Governo federal** poupa quase R\$ 700 mi em despesas administrativas
- [Queiroz](#) presta novo depoimento ao MPF sobre suposto vazamento de operação
- Senado aprova [MP que flexibiliza](#) regras para licitações na pandemia

Agora é hora de dar um BTG nos #NúmerosQueImportam

20+ hospitais apoiados

13 estados beneficiados

1 MM+ máscaras doadas

2 MM+ pessoas impactadas

135 mil cestas básicas

O BTG Pactual e seus sócios doaram R\$ 50 milhões, além de mais R\$ 10 milhões arrecadados junto a parceiros, para projetos de combate à Covid-19.

Descubra tudo que o BTG Pactual está fazendo em: [btgpactual.com/NumerosQueImportam](#)



Sustentável

Amazônia
Em ato na Alemanha, [Greenpeace](#) projeta imagens de queimadas

Microirrigação
Desafios e investimentos feitos na [Índia](#)

Varejo&Consumo

- Carioca está [bebendo mais espumante](#) e comprando no atacarejo
- Semana do Brasil 2020** começa hoje
- Vendas** de *home tech* crescem 150%
- Amazon** amplia operações no Brasil

Corporativo

- Embraer** vai demitir 2,5 mil funcionários
- Queixas contra governo no [Reclame Aqui](#) vão de carro de som a 'Fora Bolsonaro'
- CEOs** apontam desafios da gestão remota
- Facebook** veta impulsionar anúncios políticos a 1 semana de eleições nos EUA