

Jovens só serão vacinados em 2022

A cientista-chefe da **OMS**, Soumya Swaminathan, afirma que os jovens terão de esperar até **2022** para receber a **vacina** contra a Covid-19. A produção inicial não conseguirá atender à **demand**a prioritária, formada por profissionais de saúde e pessoas dos **grupos de risco**.



Novos testes

Pfizer quer começar a testar vacina entre os maiores de 12 anos.

Ressalva

CDC diz que vacinas podem não ser recomendadas inicialmente para crianças.

Mais uma

Rússia aprova 2ª vacina contra Covid-19 após testes preliminares.

somos a cosan

mais do que nunca, parceira na sua corrida

comgos

móve

rumo

raízen

Dados da OMS

38.002.699 casos no mundo

1.083.234 óbitos no mundo

Painéis



Brasil Ministério da Saúde

5.140.863 casos (total)

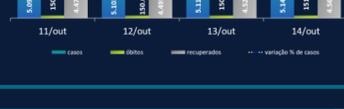
27.235 novos casos (em 24h)

4.568.813 recuperados

420.303 em acompanhamento

151.747 óbitos (total)

749 óbitos (em 24h)



Redes sociais

86 mil publicações coletadas
476 mi perfis potencialmente impactados

[Acesse o dashboard interativo](#)

fsbinteligência

Sensações nas redes

Debates acentuam os riscos de novos períodos de restrições, elevando 'medo'



medo
34%



indignação
10%

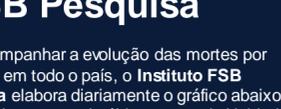
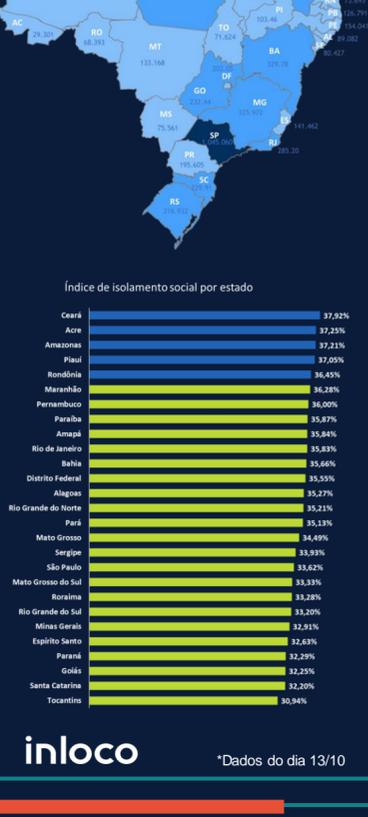


alegria
12%



tristeza
10%

Casos por estados



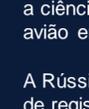
inloco

*Dados do dia 13/10

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.



Alon Feuerwerker

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

Pelo mundo

A Europa aperta as normas de isolamento e distanciamento social diante da emergência forte de uma nova onda de casos de Covid-19 (**leia**).
 Aparentemente, a população jovem funciona agora como forte propagadora. O 'aparentemente' fica por conta de que a ciência está aprendendo a pilotar o avião em pleno voo.

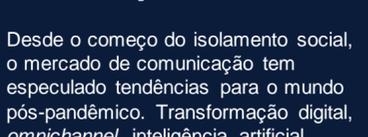
A Rússia, onde o repique é forte, acaba de registrar uma segunda vacina (**leia**). Mas lá, como em todo lugar, uma coisa é ter a vacina, outra coisa é produzi-la, distribuí-la e aplicá-la em massa. Notícias sobre vacina aliviam o espírito, mas não têm efeito imunizante.

Já os Estados Unidos seguem na sua marcha aparentemente irrefreável rumo à tentativa de resolver o problema com a chamada imunidade de rebanho. O custo em casos e mortes parece estar sendo alto, dizem as pesquisas, para a campanha reeleitoral de Donald Trump.

E o Brasil? Enquanto espera pelas vacinas produzidas pelos outros, reza (nestas horas até os ateus rezam) para a tendência das curvas de casos e de mortes continuar dominante. E os políticos ajustam o ritmo da reabertura aos princípios da ciência. A ciência eleitoral.

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.



Damaris Adamucci

Gerente de Digital da Loures

Onde está a transparência?

Desde o começo do isolamento social, de mercado de comunicação tem especulado tendências para o mundo pós-pandêmico. Transformação digital, omnichannel, inteligência artificial, caminhos são milhares e as empresas não perderam tempo em correr atrás dessas tecnologias e de como elas vão se conectar com a audiência.

Mas e por trás de tudo isso, o que existe? Eu te respondo: pessoas. E digo mais: pessoas cada vez mais conscientes do seu lugar de fala e dispostas a cobrar das marcas por algo que a tecnologia não entrega sozinha: transparência.

Diante de uma pandemia mundial esse atributo se tornou ainda mais essencial e definitivo para os negócios. Vivemos a era da informação desenfreada e da desinformação também. Os consumidores precisam ter em quem acreditar e com quem dialogar de forma clara e verdadeira.

Transparência não significa só abrir as portas da sua empresa nas redes sociais, mas sim ter coerência e consistência em tudo o que faz para dentro e para fora. Transparência também é assumir sua vulnerabilidade e se colocar em um lugar de aprendizado e escuta ativa das necessidades do seu consumidor.

A verdade é que ninguém espera que uma marca seja perfeita, sem defeitos ou erros no meio do caminho. Mas o que não se tolera mais é uma marca que não tem humildade para ouvir e aprender com a sua audiência.

Vale lembrar que por trás de toda compra de um produto existem – de novo – pessoas.

E elas querem ser ouvidas e, acima de tudo, priorizadas.

Economia

Inflação
 Variação de preços foi três vezes maior para mais pobres, revela Ipea

Serviços
 IBGE: setor cresce pelo 3º mês seguido

Trabalho 1
 Medo do desemprego é maior entre mulheres e jovens, indica CNI

Trabalho 2
 Governo prorroga MP de suspensão de contrato e redução de jornada

Correios
 Ministério das Comunicações finaliza projeto de privatização; texto prevê criação de nova agência para substituir Anatel

Pós-pandemia
 G20 promete apoiar economia global

Petróleo e gás
 Rússia quer Brics em projetos no Ártico

B3/câmbio
 Ibovespa sobe 0,84%; dólar vai a R\$ 5,59

Saúde_Ciência

- Banco Mundial:** US\$ 12 bi para vacina
- Opas:** teste rápido será divisor de águas
- Ministério da Saúde** anuncia banco nacional de genoma de brasileiros
- Desnutrição** pode matar 10 mil crianças a mais devido à pandemia, diz OMS
- Covid-19 pode causar **surdez**
- Cientistas defendem **morcegos** 'acusados' de originar doença
- Perda de biodiversidade** ameaça acesso a medicamentos

Internacional

- Mundo** ultrapassa 38 milhões de casos
- Nature** apoia candidatura Biden e diz que Trump tem 'desprezo pela ciência'
- Itália:** recorde de casos em 24h
- Reino Unido** resiste a lockdown
- Catalunha** fecha bares e restaurantes
- Paris** terá toque de recolher
- Supercomputador** do Japão mostra que umidade afeta disseminação aérea
- Os números nos quais a **Alemanha** baseia o combate à Covid-19

Bem-estar

Comida
 Por que dietas restritivas não funcionam

Para flexibilizar
 Turismo em áreas naturais é tendência

Poder + Política

- Bolsonaro** diz que economia se recupera melhor que o esperado; 'Se acontecer alguma coisa a gente bota para correr', diz presidente sobre corrupção
- STF** forma maioria a favor da prisão do traficante André do Rap
- PEC da 2ª instância:** deputados querem forçar líderes e retomar comissão
- Comissão da **reforma tributária** estende trabalhos por mais dois meses
- Aras** se reúne com GSI para tratar do sistema brasileiro de inteligência
- YouTube** remove vídeo de fundação do Itamaraty por ameaça de danos graves

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 e clientes, para projetos de combate à Covid-19.

Descubra tudo que o BTG Pactual está fazendo em: btgpactual.com/NumerosQueImportam



Sustentável

CO2
 Emissões globais: maior recuo histórico

Barreira de corais
 Queda pela metade em 25 anos

Varejo & Consumo

- Comércio eletrônico** antecipa investimentos em 2 anos
- Riachuelo:** pós-venda também precisa ser omnichannel
- Busca por **medicamentos** em sites aumenta 20% esse ano

Corporativo

- Aplicativo de caronas **BlaBlaCar** aposta na venda de passagens de ônibus
- 87% dos trabalhadores querem manter opção de **trabalho remoto**, diz pesquisa
- Startup** cria dispositivo de 'cheiro digital'