

Atos cada vez mais radicais na Alemanha



Cerca de **20 mil** pessoas fizeram uma **manifestação** hoje, na cidade de Leipzig, contra as restrições impostas pelo governo alemão para impedir a transmissão da **Covid-19**. O protesto acabou em confronto com a polícia. O **Ministério do Interior** avalia que o grupo anticonfinamento, conhecido como **Querdenken** ("pensamento lateral"), tem ficado cada vez mais agressivo.

Na Europa

Grécia inicia **lockdown** de 3 semanas. Países **reforçam** medidas para frear vírus.

No Brasil

Adesão à vacina cai: maioria avalia que crise está **melhorando**, mas crê em 2ª onda.

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

comgós

móve

rumo

raízen

Dados da OMS

49.106.931 casos no mundo

1.239.157 óbitos no mundo

Painéis



World Health Organization



JOHNS HOPKINS UNIVERSITY

Brasil **Ministério da Saúde**

5.653.561 casos (total)

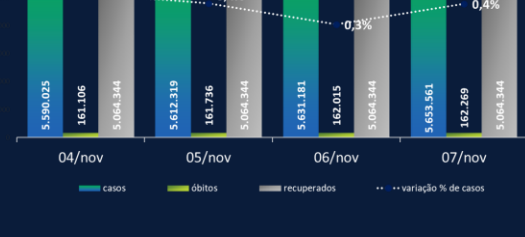
22.380 novos casos (em 24h)

5.064.344 recuperados

364.575 em acompanhamento

162.269 óbitos (total)

254 óbitos (em 24h)



Redes sociais **f i t**

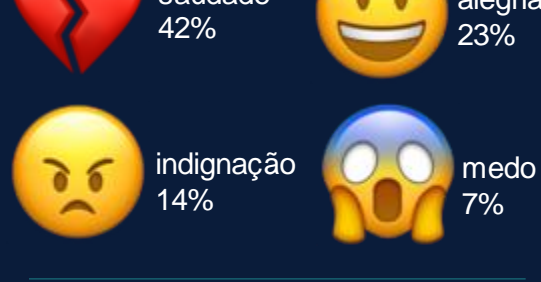
51 mil publicações coletadas | **382 mi** perfis potencialmente impactados

Acesse o dashboard interativo

fsbinteligência

Sensações nas redes

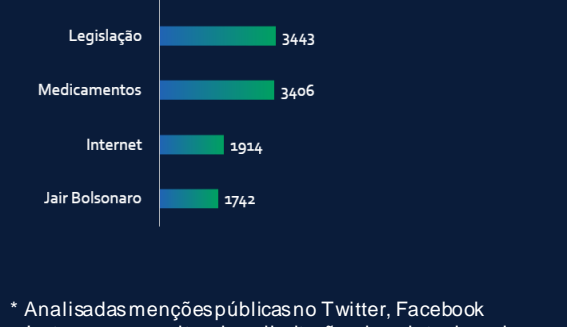
Lembranças de **lives** e da rotina pré-pandemia intensificam 'saúde'



Casos por estados



Principais assuntos



#numerosomeimportam
micro_ crédito social BTG

Em mais uma ação da campanha #NumerosQueImportam, o Banco BTG Pactual destinou R\$ 9 milhões para empreendedores brasileiros.

Os juros serão integralmente revertidos a projetos do terceiro setor.

btgpactual.com/NumerosQueImportam

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 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.



Economia

- Trabalho**
As **habilidades** que as empresas buscam (e não conseguem encontrar)
- Conjuntura**
BC nega antecipar intervenções no câmbio após declaração de diretor
- Colapso no Amapá**
Eletronorte é autorizada a contratar unidades geradoras
- China**
Vendas externas **augmentam**; exportador **pressiona** contra barreiras

Mercado de saúde pós-Covid

Na próxima terça-feira (10), ao meio-dia, a **Bússola** promove um **webinar** para debater a transformação do setor de saúde a partir da pandemia. A **live** reunirá lideranças do mercado para analisar as lições aprendidas com o coronavírus e os novos desafios: André Garcia, CEO da Associação Congregação de Santa Catarina; Denise Katz, gerente médica da Mantecorp Farmasa; Florentino Cardoso, diretor-executivo médico da Hospital Care; e José Seripieri Junior, fundador e CEO do Qsaúde. Para receber o link de acesso à **live**, inscreva-se **aqui**.

Poder + Política

- Hackeamento do STJ**: retomada gradual está garantida, diz Humberto Martins; após ataque, **tribunal** suspende licitação
- Bolsonaro** faz **live** nas redes e mantém silêncio sobre vitória de Biden nos EUA; **políticos** de várias frentes se manifestam
- Destaques em 2018, **PT** e **PSL** têm dificuldades nas eleições municipais
- Repartições** preparam retorno presencial

Saúde_Ciência

- Fiocruz** terá de arcar com eventuais danos da vacina da AstraZeneca
- Farmácias: mais de 1 milhão de **testes rápidos** no Brasil
- Visões com **mutação** do **vírus** são achados em 6 países
- Crianças têm **anticorpos** mais fracos
- Com epidemia, **UTIs** têm taxa de mortes 18% acima do máximo esperado
- Covid-19 afasta **homens** dos consultórios

Jaderson Alencar
Sócio-diretor de Estratégia da FSB Comunicação

O que você quer dizer não é o que as pessoas querem ouvir

"Qualquer um pode fazer estratégia de redes sociais para marcas" — ouvi isso muitas vezes. Infelizmente, tenho algo a dizer aos aspirantes a analistas de **social media**, clientes, parceiros e afins: isso, definitivamente, não é verdade. Você pode até ser criativo, entender do seu negócio, escrever corretamente (veja bem, tem muito erro de português por aí), mas saber fazer envolve muito mais entender de comunicação estratégica, marketing e consumo do que ser, necessariamente, um ativo/nativo digital.

Vamos aos fatos: as redes sociais nasceram para conectar pessoas, criar comunidades e trocar informações. Não tenho o objetivo de resgate histórico de tudo isso, mas se faz importante entender o surgimento para desvendar sua trajetória. Nos primórdios de 1985 — nem faz tanto tempo assim —, quando a AOL criava, de forma facilitada, perfis virtuais para que usuários comuns pudessem criar seu conteúdo e comunidades, ainda não imaginávamos onde iríamos parar. Logo depois, a plataforma Classmates reuniu mais de 50 milhões de pessoas em busca de contato com seus colegas de escola. E tem muito mais: o nostálgico Fotolog, o Friendster, o MySpace e, finalmente, em 2003/2004, o LinkedIn, Flickr, Orkut e o Facebook.

Agora, uma coisa era certa desde o início: quando se empoeira alguém, não há volta. Dar a possibilidade de criar seu próprio conteúdo, sem intermediários, sem esperar pelo simples consumo de conteúdo alheio, e já, já dizia Lacan: você pode saber o que disse, mas nunca vai saber o que o outro escutou.

Isso muda (quase) tudo na comunicação convencional, porque algumas das maiores teorias de consumidor final dos grandes pensadores contemporâneos caem por terra, como, por exemplo, a de que de fato existe um consumidor final. Ora, se o consumidor agora produz seu próprio conteúdo, consegue reclamar, elogiar, criticar e, finalmente, influenciar decisões on-line, isso quer dizer que de consumidor final ele se torna consumidor meio, visto que a cadeia distributiva do consumo nunca chega ao fim. Ela se torna um ciclo vicioso e eterno enquanto dura.

Só que aí nasce a questão. Muita gente não percebeu isso e, apesar de muita coisa ter mudado no marketing e comunicação convencionais, muita coisa também é fortalecida, como o poder do consumo, a psicologia e a absorção de dados e comportamento de compra, os públicos, o entendimento do subconsciente, a lógica da segmentação, entre outros.

E, portanto, a ideia de que criar **posts** e sair correndo é fazer estratégia de **social media** é errônea e desinteressante. Será que as pessoas entendem o que quero dizer? Qual meu ativo/personalidade digitais? Como sou entendido; como sério, divertido, sexy, chato, desinteressante? Sou amigo, colega ou inimigo de meus usuários? Interajo, faço sala ou deixo todo mundo na sala sozinho até o próximo encontro, ou melhor, **post**? Atenção, o que você quer dizer não é necessariamente o que as pessoas querem ouvir. E, já dizia Lacan: você pode saber o que disse, mas nunca vai saber o que o outro escutou.

Internacional

- EUA**: 3º recorde seguido de casos diários
- Itália** aprova pacote de € 2,9 bi; país tem mais de **500 mil** casos ativos
- Antivacinas **protestam** em Madri
- Portugal**: apenas 63% querem se vacinar
- Lapônia**: perdas de € 200 milhões

Varejo&Consumo

- Shoppings**: 43% terão Papai Noel virtual
- Queixas contra **SACs** crescem 67%
- Black Friday**: 70% planejam comprar

Sustentável

- Amazônia + Pantanal**
Mídia estrangeira aponta crise de reputação
- Mudança climática**
Riscos para **habitats** de espécies

Bem-estar

- Máscara x respiração**
O uso durante os **exercícios físicos**
- Inhotim**
Após 8 meses, museu **reabre**