



Hoje, registramos 51 semanas de isolamento social...

Gostaríamos assim de **entender, ainda que em caráter exploratório, como a pandemia nos impactou, que fatores podem determinar um novo comportamento para a sociedade e o que nos definirá como povo daqui para frente.**



Ideia de futuro:

O Brasil pós pandemia
pode ser melhor?



globo



Contexto

Tracking Covid-19

Tempestade perfeita.

Originária do inglês "perfect storm", é uma expressão usada para se designar uma situação em que **uma combinação rara, improvável de circunstâncias**, em geral não favoráveis, **apontam para um desastre**.

Foi isso que vivemos no Brasil de 2020.

Num cenário de crise econômica, política, ética, ambiental e social, que se arrasta desde 2012, **chega a pandemia agravando ainda mais a realidade dos brasileiros**.

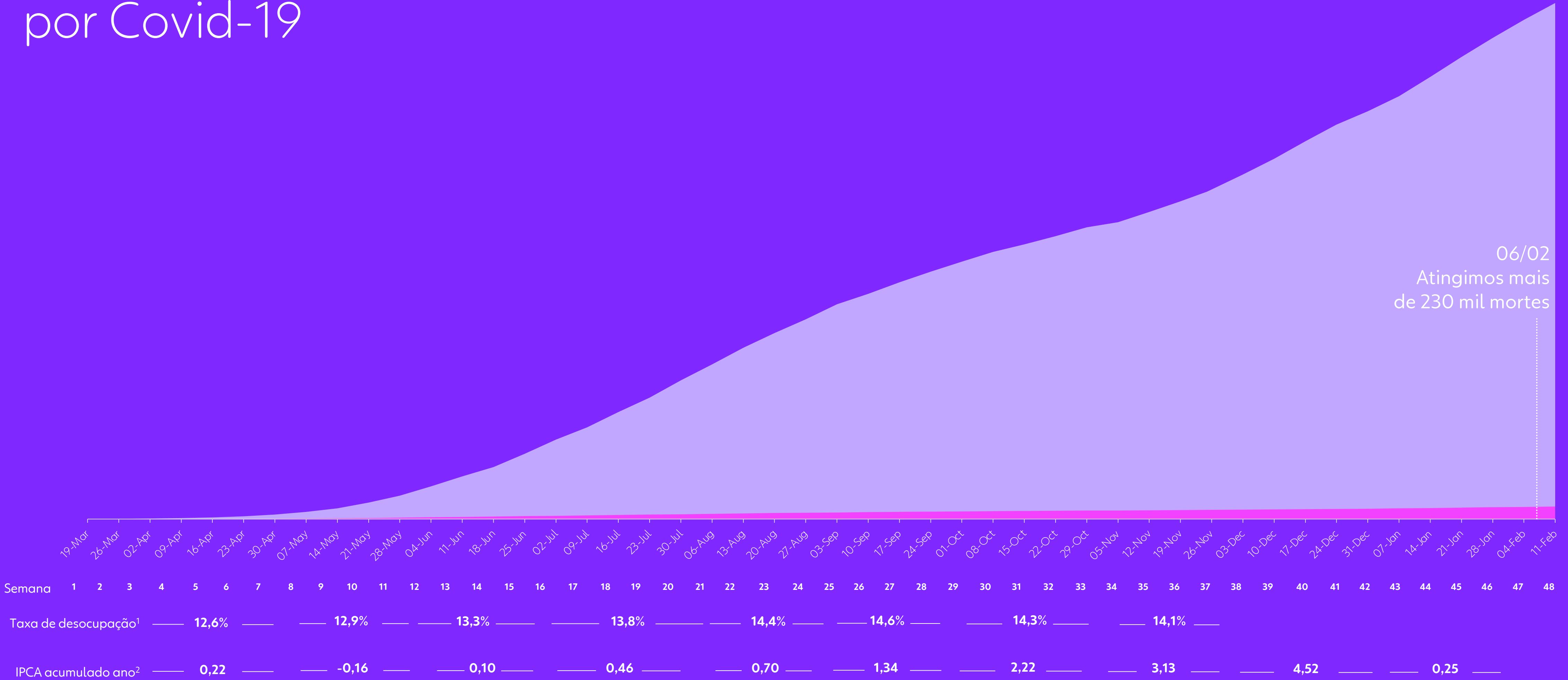


Evolução de casos e mortes por Covid-19

9.713.909
Casos

236.201
Mortes

06/02
Atingimos mais
de 230 mil mortes

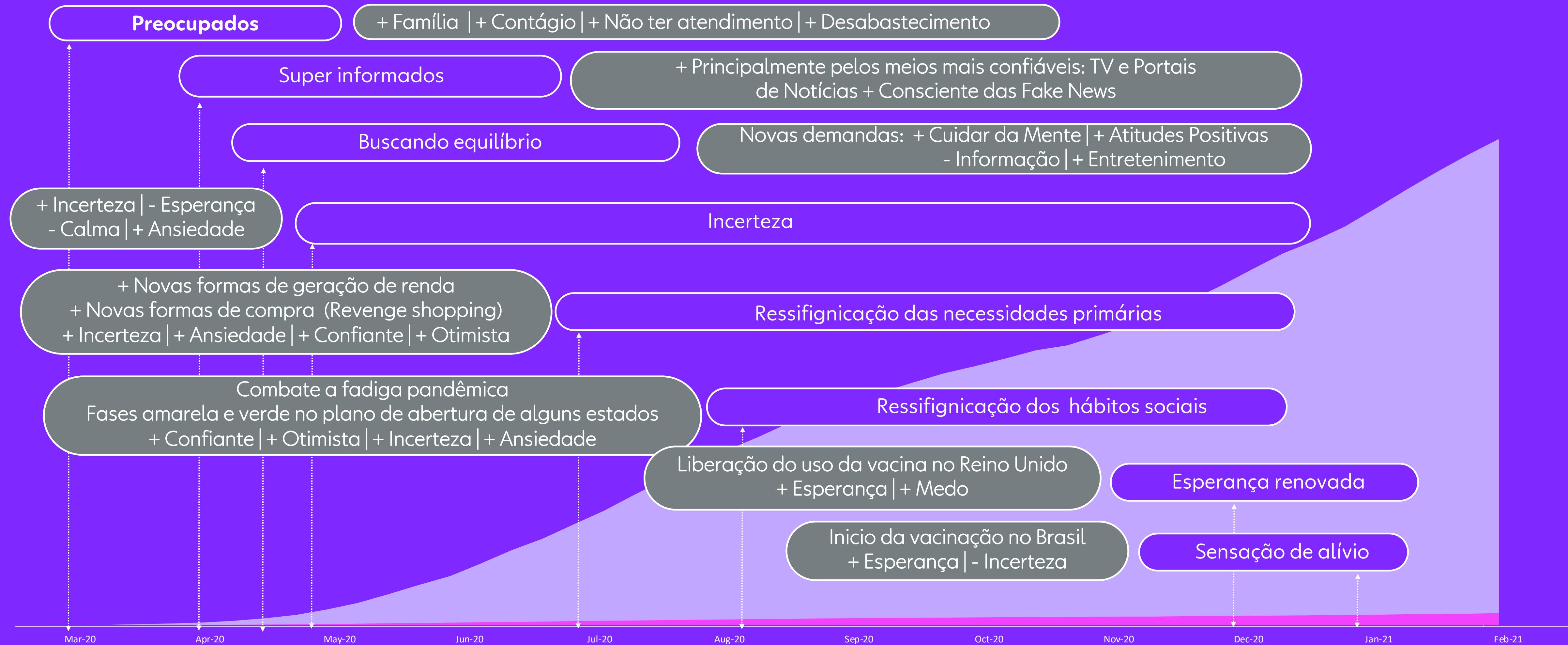


Fontes: Tracking COVID-19 IBOPE INTELIGÊNCIA/Toluna | Dados de casos e mortes -Consórcio Folha, UOL, O Estado de S. Paulo Extra, O Globo e G1 baseado nos informações das Secretarias de Saúde estaduais | 1-IBGE PNADC MENSAL | 2-IBGE

Durante esses meses identificamos algumas fases...

9.713.909
Casos

236.201
Mortes



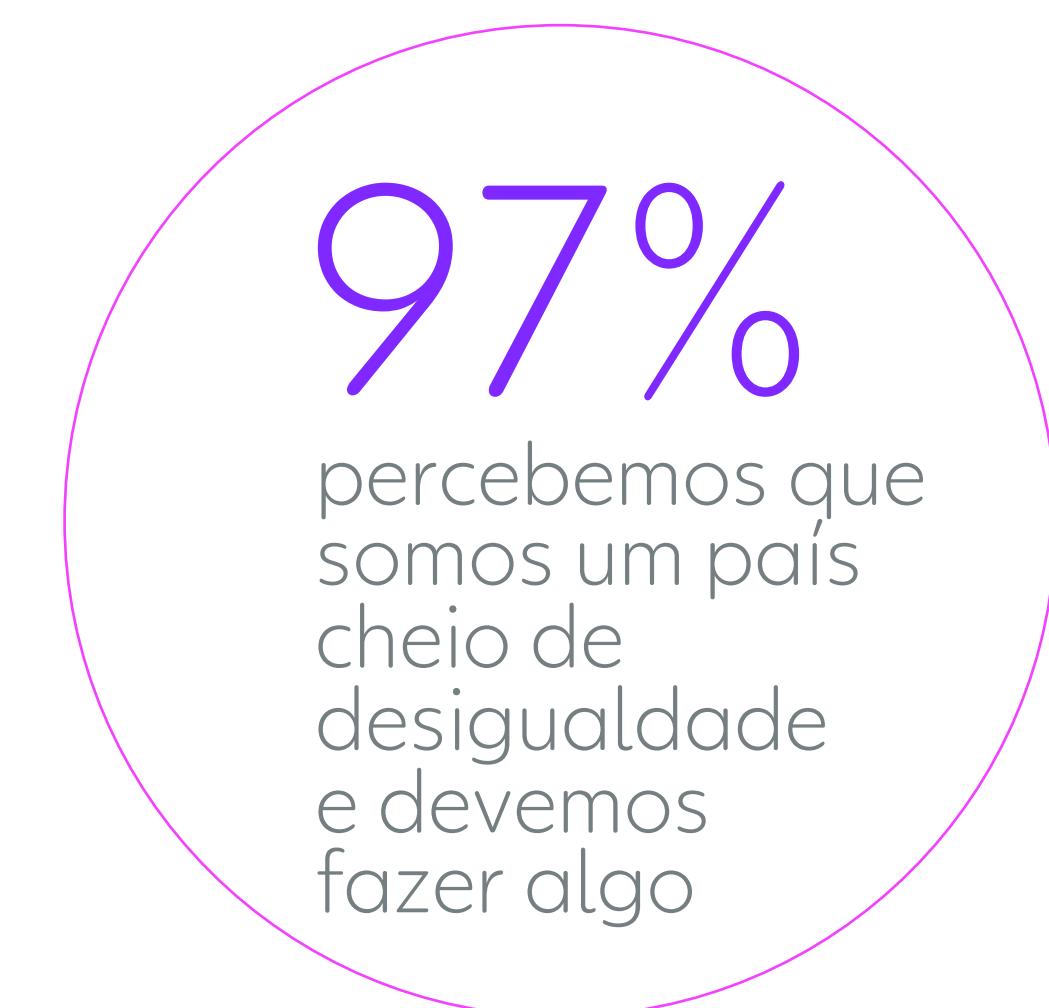
Fases

... e observamos o aparecimento de uma infinidade de novos temas

				Causas sociais
Migração dos grandes centros	Crescimento do comércio eletrônico	Ajuda Governamental		
Emprego e renda	Serviços digitais	Ansiedade		
Relações familiares	Educação distânci	Melhoria da qualidade do ar		
Consumo de álcool gel	empreeendedorismo			Black Lives Matter
Alcoolismo	Organização das favelas	Abastecimento		Volta dos animais às cidades
Medo	Filantropia	Embate entre Economia e Saúde		Revenge Shopping
Impossibilidade de ficar em casa		Consumo de Indulgência		Credibilidade dos grandes meios de comunicação
Organização do 3º Setor e assistencialismo		Desigualdade Social		Crescimento da oferta do conteúdo em streaming
		Morte		Falta de um plano de governo para enfrentar a crise
				Heróis da Saúde
				Localismo x Global
				Crescimento do Mercado imobiliário



Dentre os diversos temas, emerge de forma preponderante o combate à desigualdade no país

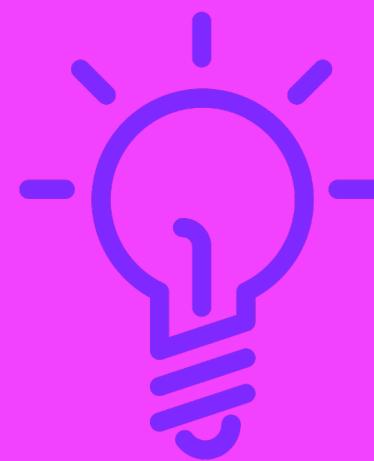


Mas diversos outros mostram-se também relevantes para o avanço de nossa vida em sociedade.

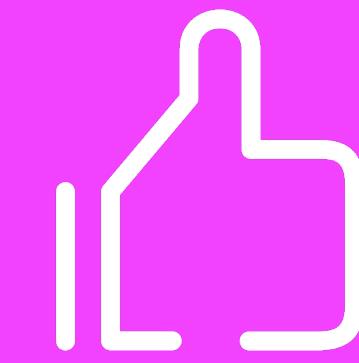


“Agora, vou ler frases que as pessoas disseram sobre as consequências da pandemia e que se mostram relevantes para o avanço de nossa vida em sociedade. Me diga se concorda, sim ou não, com a frase: SIM, CONCORDA?” – 2.081 casos

Com isto em mente, buscamos entender se a população, apesar de todas as dificuldades, consegue **perceber um aprendizado ou algo positivo advindo da pandemia.**



86% tiveram algum
aprendizado
ou observaram
aspectos positivos
da pandemia.



60% se dizem
otimistas ou
muito otimistas
com 2021.



E o importante é que não é só discurso!

No dia a dia já é possível observar novos hábitos e atitudes, que agrupamos em alguns eixos:

Família & lar

Busca ativa pelo bem estar

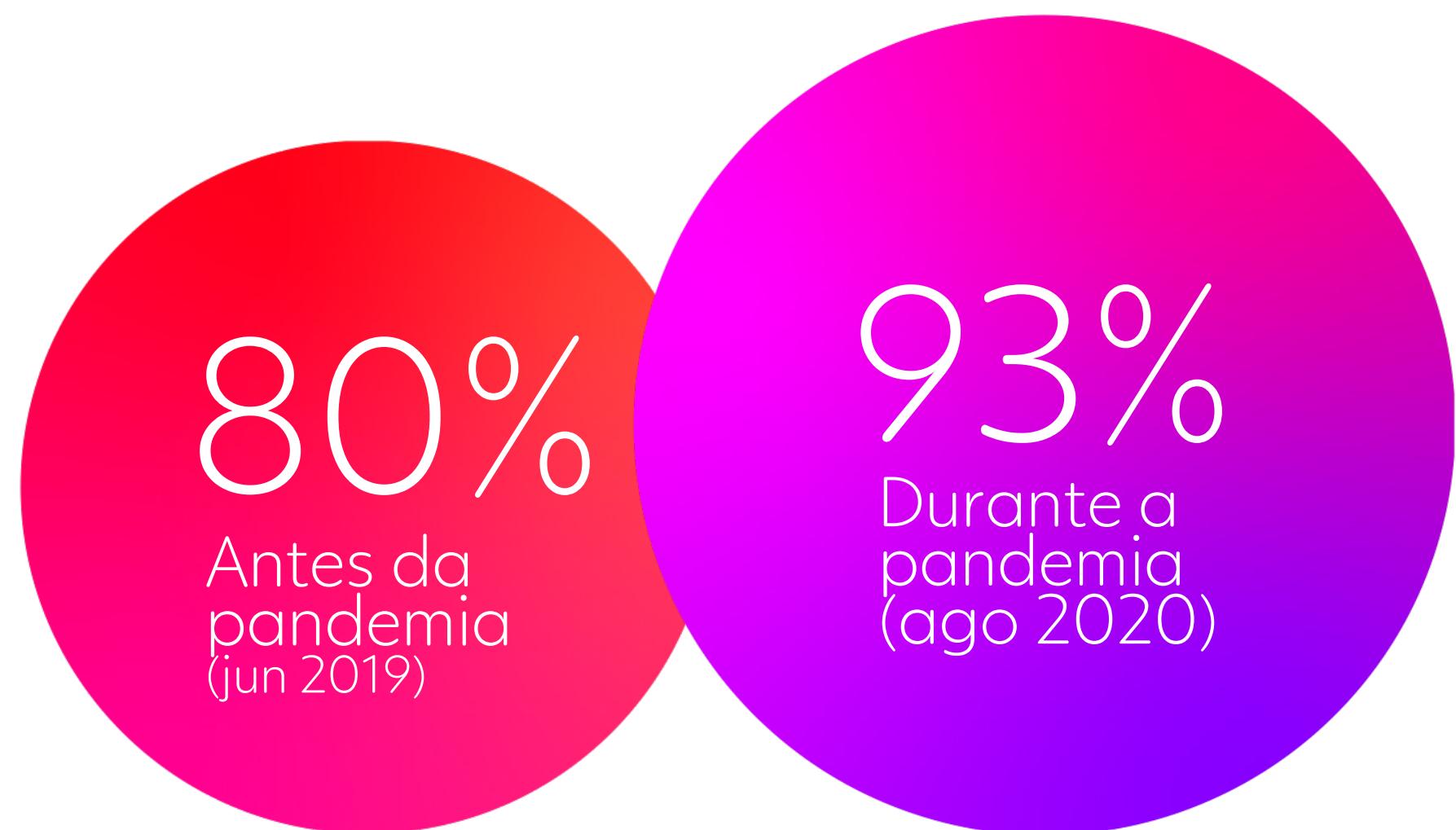
Adaptabilidade e a vida em prontidão

Pautas sociais e ambientais além do debate tradicional

Responsabilidade das empresas e marcas

Família & lar

Percepção do valor da família **cresceu** **durante a pandemia**



79%

A família é a principal
fonte de inspiração
e força para passar
pela pandemia.

94%

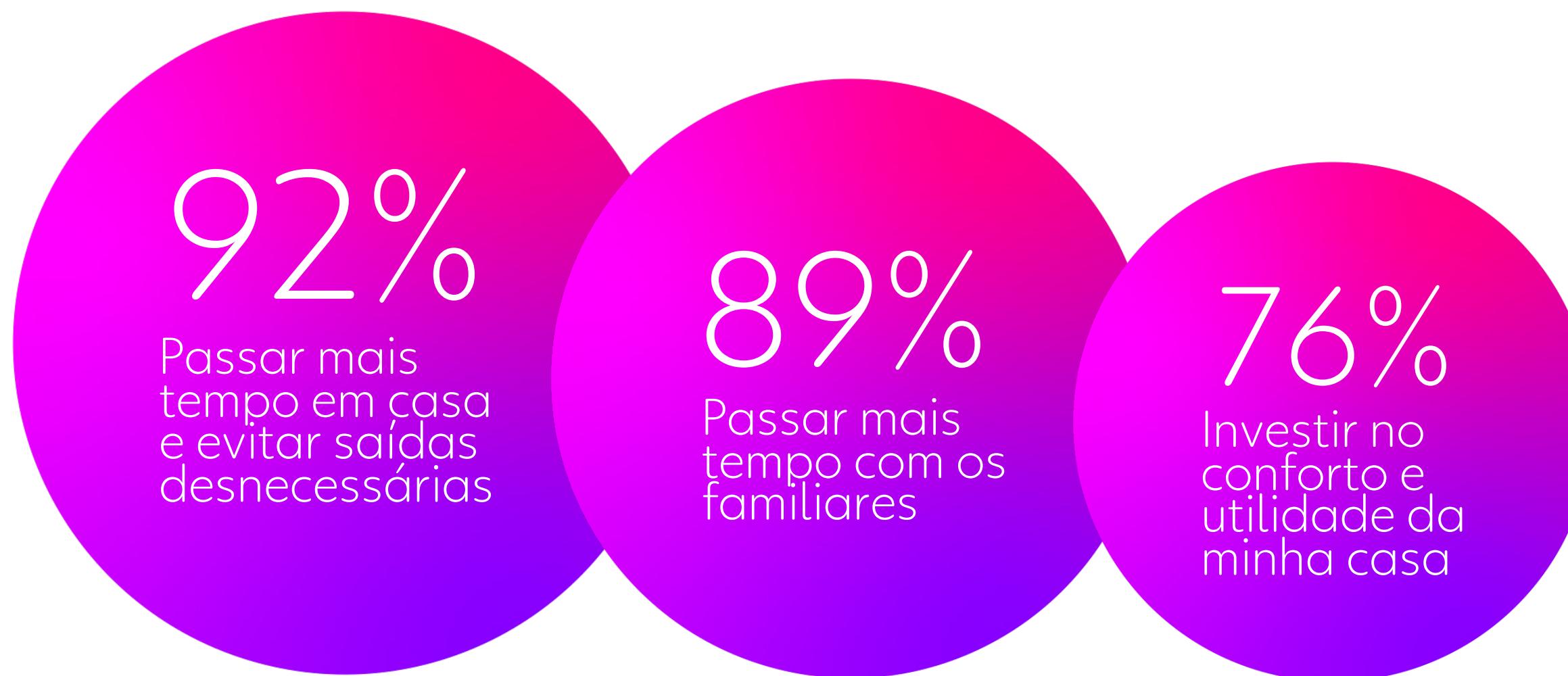
Concordam totalmente
+ concordam

O que dá esperança de
seguir lutando é que seus
filhos e netos tenham uma
vida melhor que a sua.

O **Lar é o lugar seguro** e passa a ganhar maior atenção e cuidados.

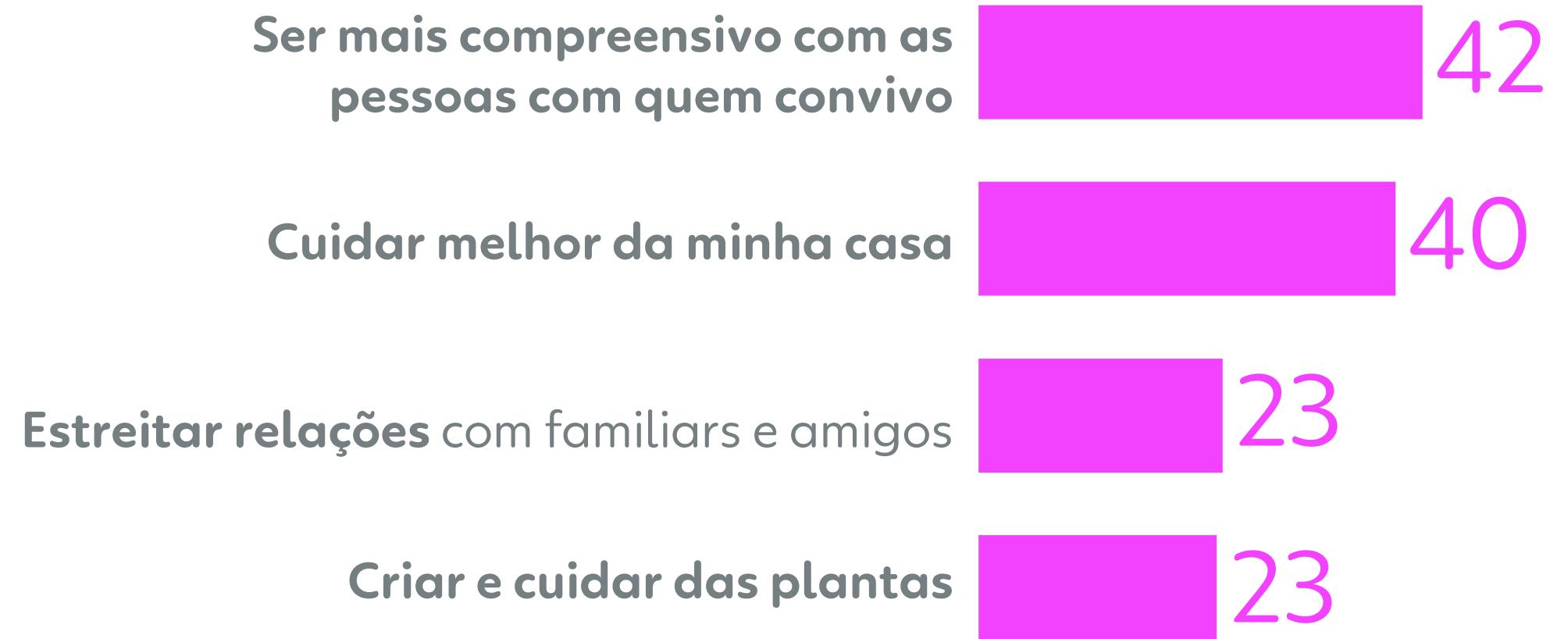
Cresce também um **olhar mais generoso sobre aqueles que estão próximos**.

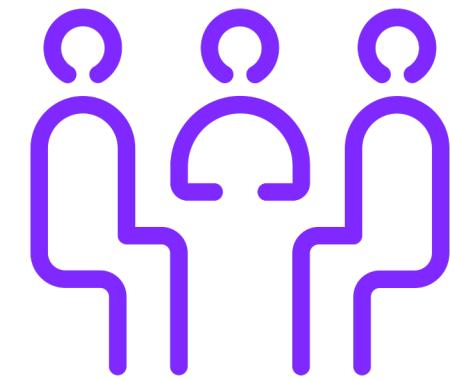
Brasileiros passaram a considerar importante



Novos hábitos e atitudes já adotados durante a Pandemia

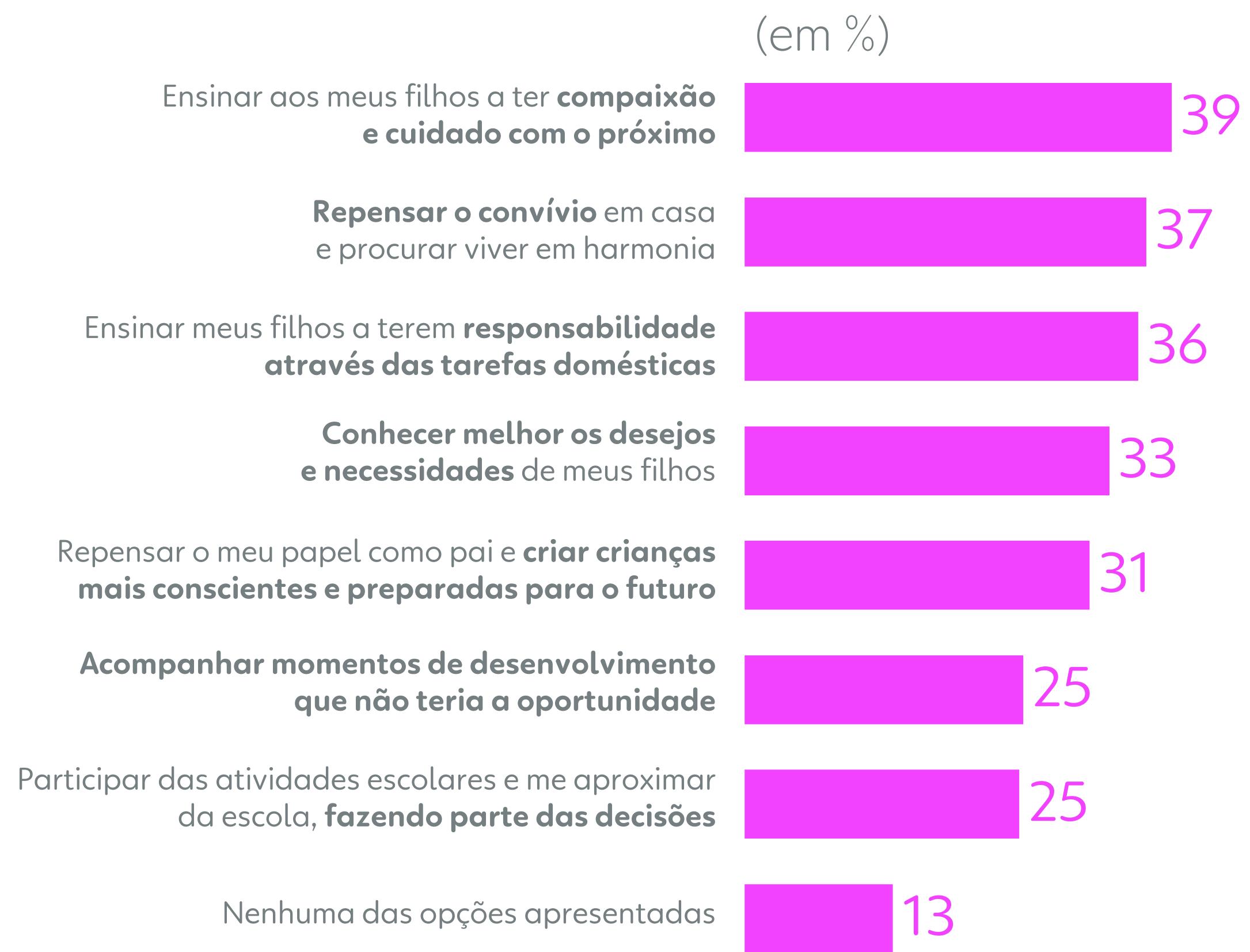
(em %)





Houve também reflexos
nos **hábitos e atitudes**
com os filhos.

Momento foi utilizado pelos pais para trabalhar aspectos como **compaixão** e **cuidado com o próximo**, relação com a casa e responsabilidades nos filhos.



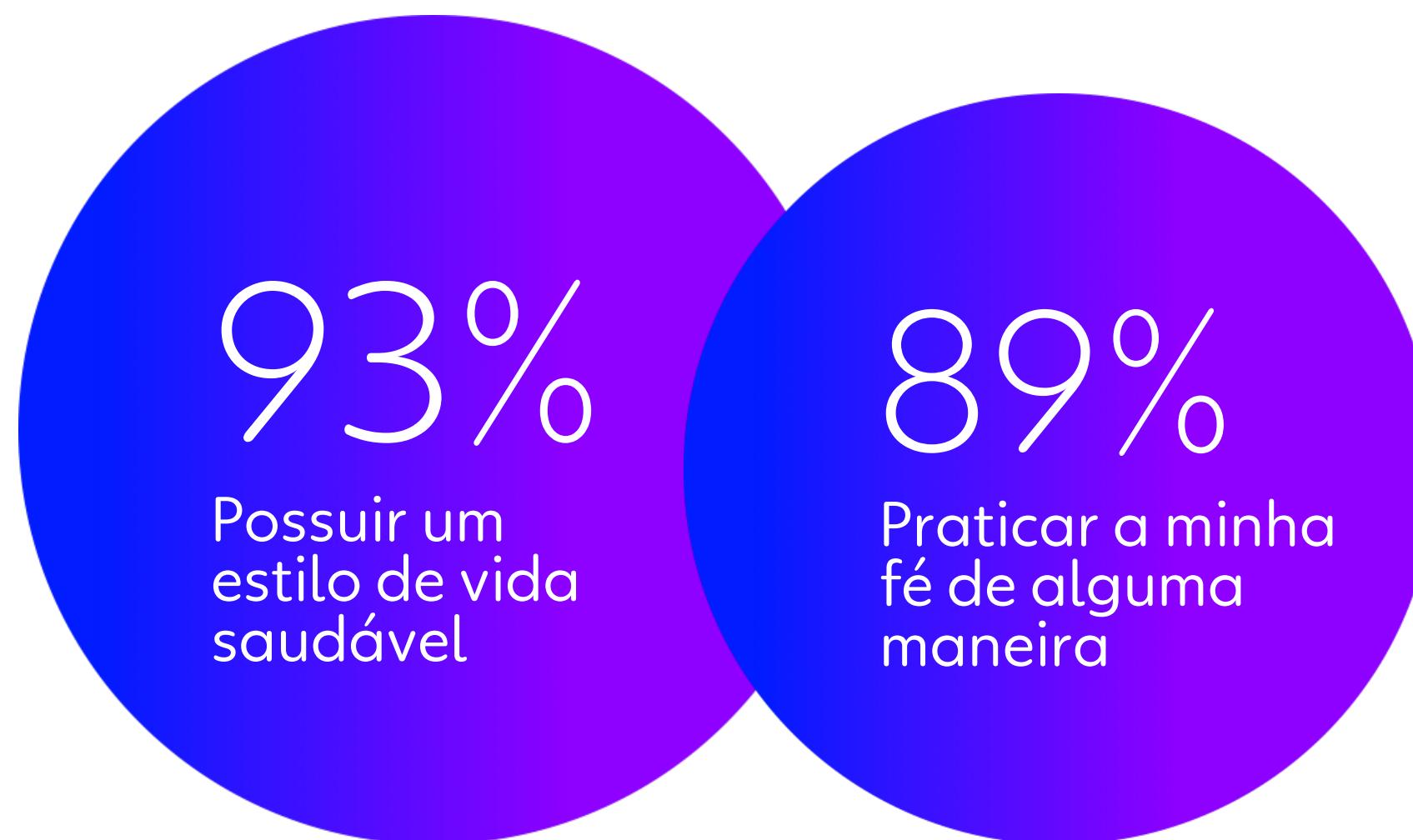
“Agora, de acordo com este cartão e pensando na relação com os seus filhos, o que você passou a fazer durante o período da pandemia que antes não fazia parte da sua vida?”
(RM - Quem tem filhos) - 1.381 casos

Busca ativa pelo
bem estar



Estar em contato com a natureza e cuidar de si e de seu entorno, ganham importância, assim como praticar a fé.

Brasileiros passaram a considerar importante



Novos hábitos e atitudes já adotados durante a Pandemia

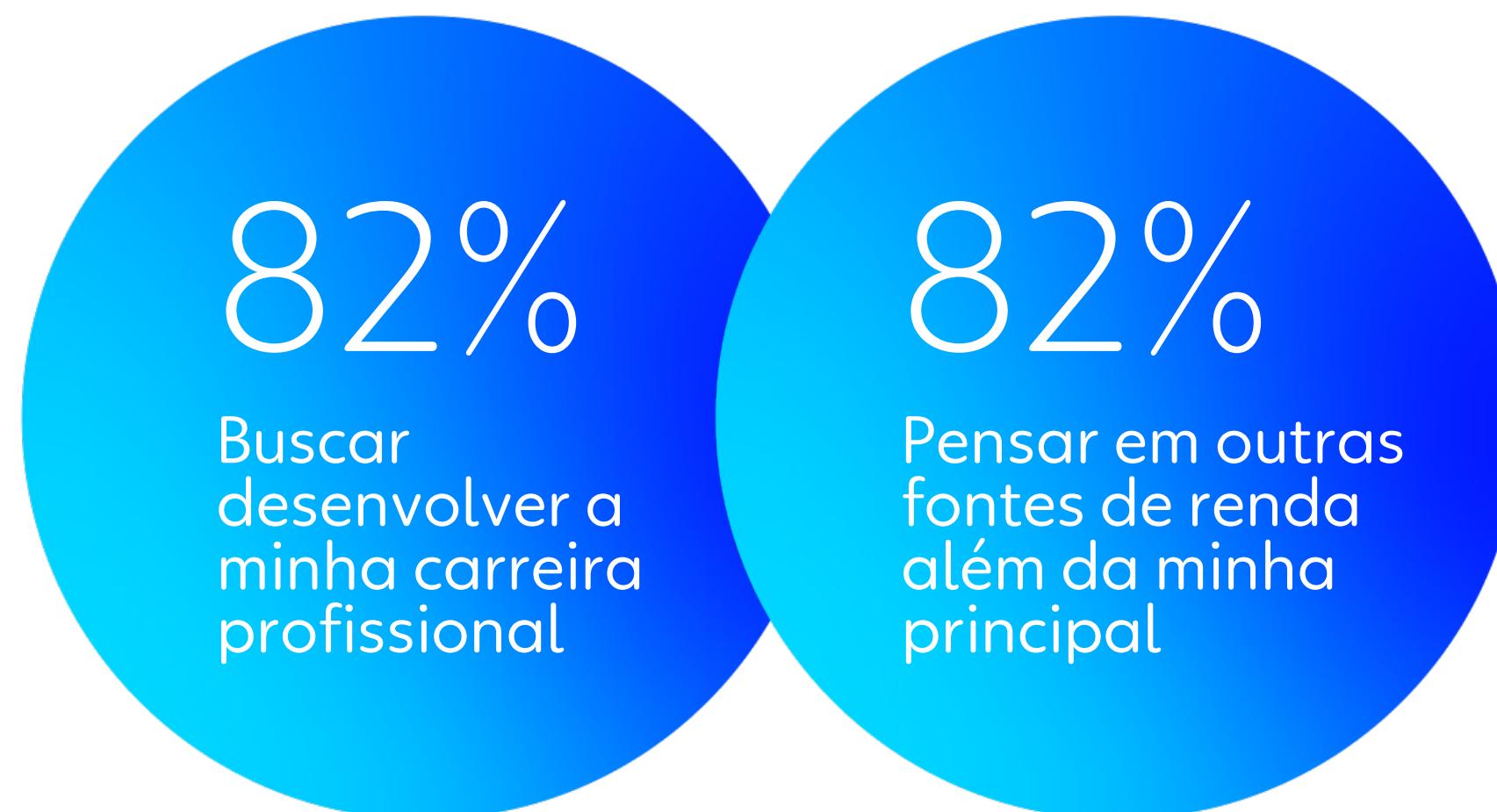


Adaptabilidade e a vida em prontidão



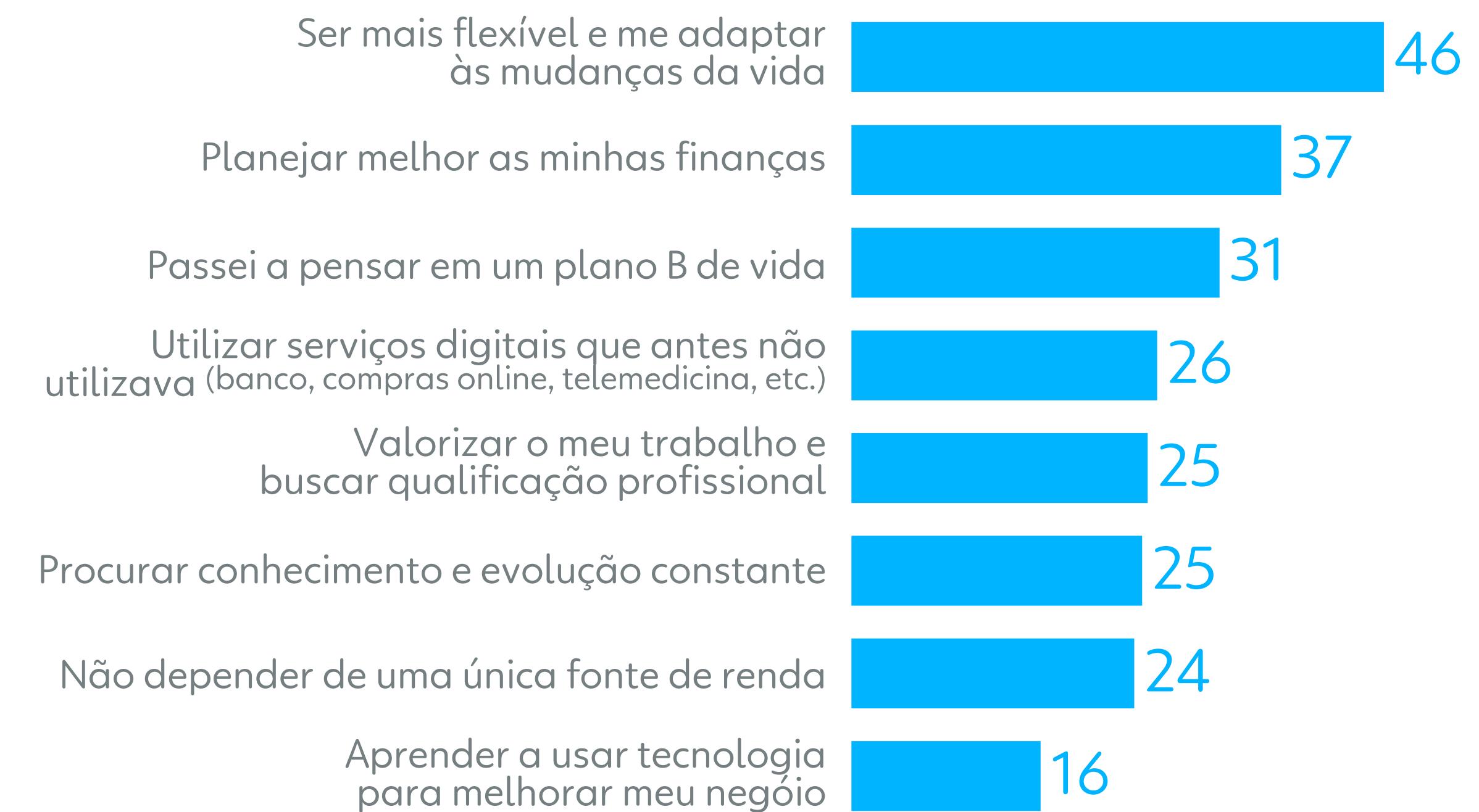
Ao mesmo tempo que o brasileiro “aceita” que a crise é maior do que ele e que precisa se adaptar à realidade sendo mais flexível, aumenta a consciência da necessidade se qualificar e “estar pronto” para “o que der e vier”.

Brasileiros passaram a considerar importante

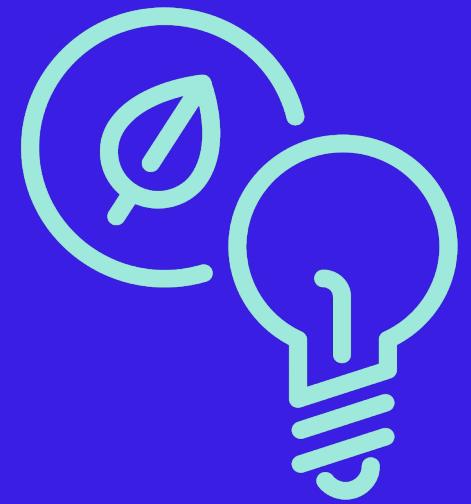


...
Novos hábitos e atitudes já adotados durante a Pandemia

(em %)



Pautas sociais e ambientais além do debate tradicional



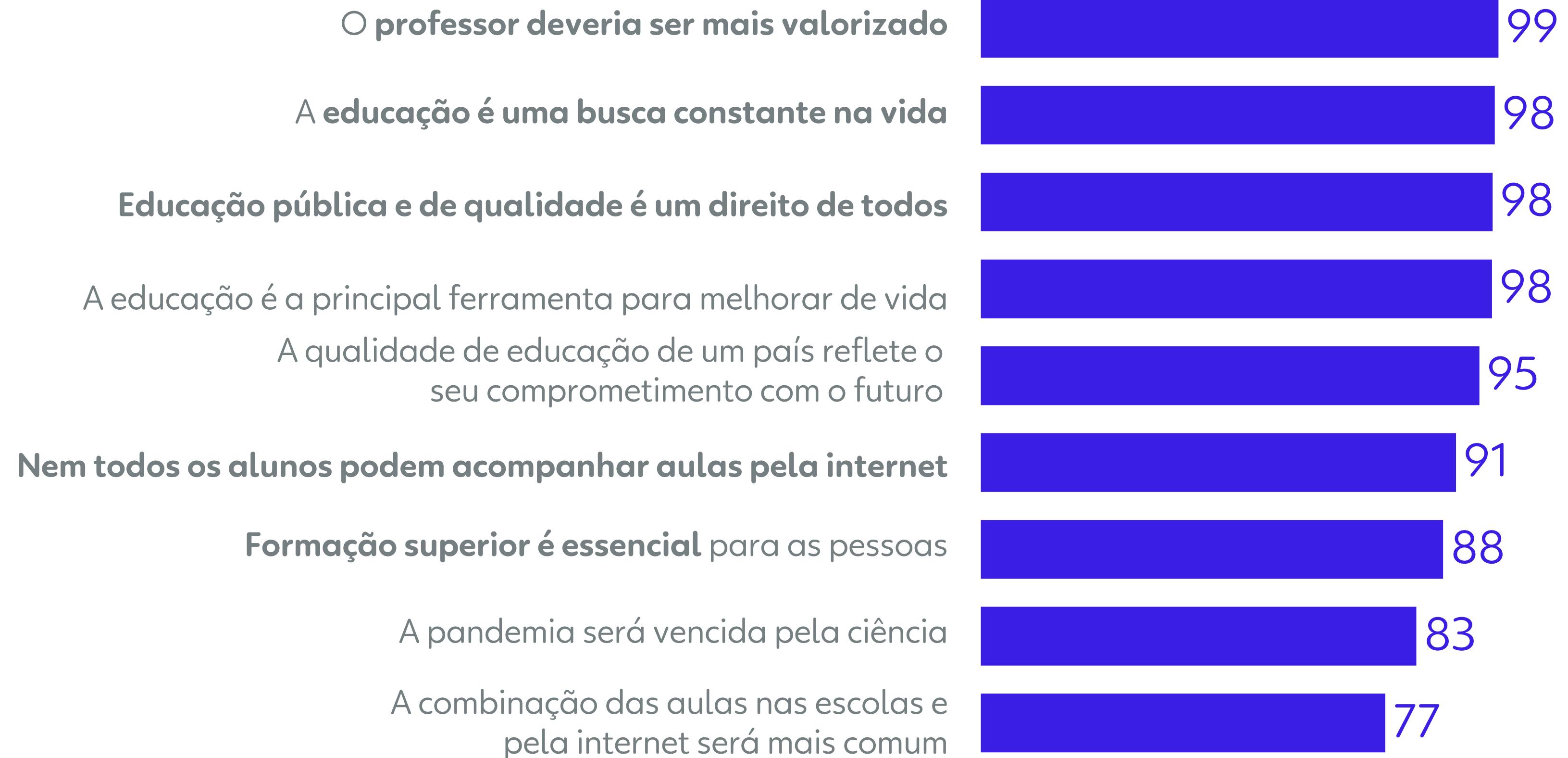
Com a consciência de que nossas ações impactam a natureza e a vida dos outros, os brasileiros já se mobilizam para ajudar e participar de campanhas comunitárias



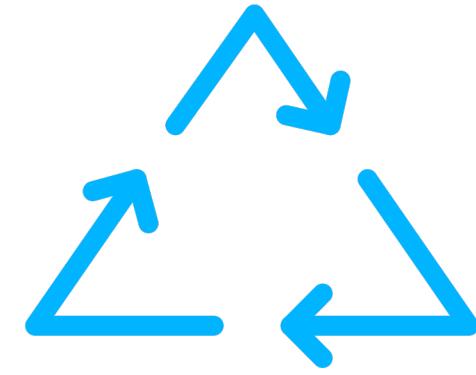
A educação é o passaporte para o futuro e direito de todos, devendo ser valorizada.

A totalidade da população gostaria que os professores fossem mais valorizados.

(concordo totalmente + em parte - em %)



Responsabilidade das empresas e marcas



Numa crescente expectativa de que os mais fortes e com mais condições façam pelos mais fracos, os consumidores esperam que as empresas e marcas assumam seu papel de impacto socioambiental e ajam com consistência ao longo do tempo.

Confiança, transparência e contribuição para a sociedade são valorizados pelos consumidores.

Querem também que **as marcas demonstrem responsabilidade social e ambiental**.

66%

Confiança na marca é muito importante na hora de comprar um produto

66%

Transparência é um dos atributos que mais valorizo em uma marca

65%

As empresas devem **contribuir** muito mais para a **sociedade**

6.487.084

Casos

175.270

Mortes

Os consumidores concordam totalmente que as empresas:

70%

falem de **forma clara e aberta** com seus consumidores

70%

honrem os **compromissos assumidos** com suas **causas**

70%

realizem ações que **apoiem o meio ambiente**

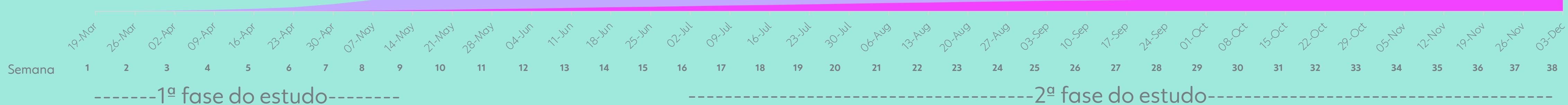
68%

realizem ações que **apoiem o desenvolvimento social**

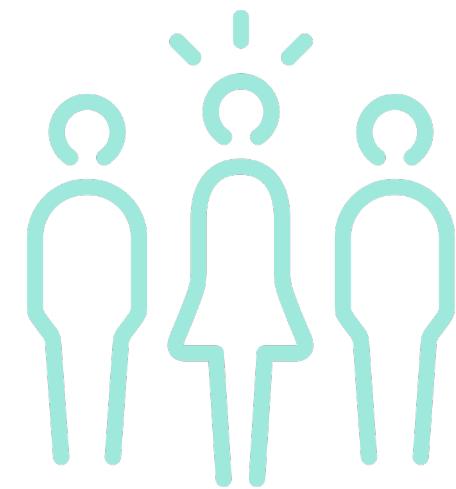
67%

realizem ações que **apoiem a educação e a cultura**

(36.sem)



Respondabilidade das lideranças



Vem reforçar estas expectativas o acompanhamento, através da mídia, da atuação antagônica das lideranças globais na gestão da crise sanitária.

Enquanto alguns líderes atuaram negando a crise inicialmente, lideranças humanitaristas e femininas enfrentaram a crise com seriedade, eficiência e empatia, criando uma nova visão de forma de atuação e de responsabilidade.

Grande parte dos líderes homens de países do G7 como Estados Unidos, Reino Unido e França enfrentou a chegada da pandemia repetindo modelos de liderança baseados em **negação, tentativas de controle e posturas autoritárias** que se mostraram **ineficazes em sua capacidade de gerar confiança, envolver e mobilizar a população.**

Boris Johnson

Primeiro ministro inglês, em uma atitude centralizadora e individualista, baseada em uma autoconfiança sem sustentação, negou a crise e levou a população a ignorar o risco.



Donald Trump

Presidente americano, em uma atitude centralizadora e autoritária, provocou um grave desentendimento entre os estados e o governo central polarizando atitudes e politizando a pandemia.



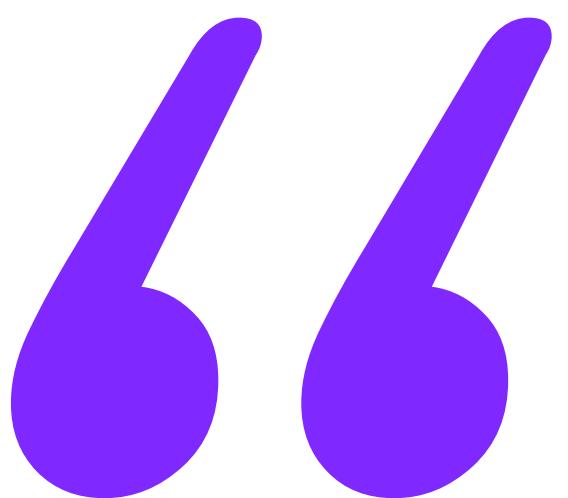
Macron

Primeiro ministro francês, apoderou-se de um tom alarmista e militarista para falar sobre o vírus e instalou um cenário de guerra que envolveu o exército em uma estratégia que não mobilizou a população.

Entre as mulheres que estão liderando alguns dos países com os melhores desempenhos em relação à pandemia estão **Jacinda Arden, da Nova Zelândia** e **Sanna Marin da Finlândia**, líderes que estão colocando a **gentileza, a bondade e o consenso como aspectos fundamentais de um processo de decisão** que ganha forma a partir de **valores essenciais como confiança, transparência, colaboração, responsabilidade e justiça**.



A narrativa usada por Erna Solberg, líder da Noruega, fala de **desafio comum, cooperação multilateral e instituições disponíveis** para responder aos desafios comuns que o mundo enfrenta com a Covid-19 e continuará enfrentando daqui para a frente.



“A crise reforçou a interdependência do nosso mundo. Isso trouxe à tona a necessidade urgente de ação global para atender às necessidades básicas das pessoas, salvar nosso planeta e construir um mundo mais justo e resiliente.”

Erna Solberg
1ª Ministra Noruega



Pensamentos finais

“Estamos vendo mais camadas, mais perspectivas, mais realidades sobrepostas e interligadas.”

”

Ana Cortat
Fundadora da Hybrid



Apesar do estado de preocupação geral da população, há uma expectativa positiva em relação ao futuro, agora ainda maior com o inicio da vacinação dos profissionais da saúde e idosos;

Percebemos um brasileiro resiliente, fatigado, e muito mais consciente **sobre as diferenças sociais e de privilégio e sobre a interdependência da sociedade.**

Um brasileiro que entendeu sua **responsabilidade ativa sobre a crise e sobre a construção deste futuro mais justo, igualitário e gentil.**

Um brasileiro que **busca nas empresas e marcas**, uma parceria na travessia desta crise.

Dashboard Tracking Globo



obrigada.

