

Por favor, leia integralmente antes de mergulhar nesse documento.

Aviso importante: Essa pesquisa foi realizada pelo time interno do Twitter com intuito de mapear e gerar insights. Os Tweets incluídos para ilustrar os capítulos receberam prévia autorização de uso pelo Twitter e seus canais, qualquer outro uso precisa de autorização adicional diretamente com os autores.

O contexto desta pesquisa leva em consideração um momento sem precedentes e que precisa ser observado e interpretado com cautela. Não é um trabalho de futurologia, analisamos as conversas dos últimos 6 meses e elencamos os principais pontos de atenção. Como afirmamos logo no primeiro capítulo: ainda estamos em pleno desenvolvimento da situação e não é possível prever como será o futuro, apenas entender como as pessoas do Twitter se sentem nesse momento e analisam os acontecimentos.





Novas conversas:

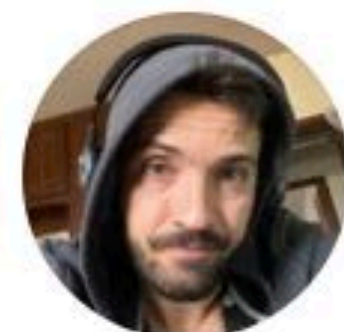
Análises de comportamentos
durante a pandemia

2020





Tweet



João Paulo Henriques
@jotahenriques



No futuro, haverá um livro de História nas escolas exclusivo de 2020.

[Translate Tweet](#)

23:18 · 31/05/20 · [Twitter for iPhone](#)

53 Retweets and comments **400** Likes



Paula Giaffone @PGIAFFONE · 01/06/20 
Replying to [@jotahenriques](#)

Qual o impacto desse momento crucial nos nossos comportamentos e relações? 🤔





Bilhões de Tweets



Pesquisas



Painel de Experts



#VerdadesFundamentais

Estados & Comportamentos



#VerdadeFundamental 1



A gente não sabe. Ninguém sabe.



#VerdadeFundamental 2



**Mudanças comportamentais
são lentas, estruturais e
complexas.**



#VerdadeFundamental 2

“Esperar que tudo mude depois disso, **é ilusão**”

@rorysutherland

“A duração das mudanças de comportamento das pessoas hoje podem estar relacionadas a sua **relação de poder com algumas estruturas e instituições** - e isso vai ser bastante **desigual porque é diretamente relacionado a classe social e poder aquisitivo**”

@caitlamberton



#VerdadeFundamental 3



**COVID-19 não aconteceu em
um vácuo.**



#VerdadeFundamental 4



Não existe uma história única de COVID-19. Existem 7.5 bilhões.



#VerdadeFundamental 5

**A situação ainda está se
desdobrando.**



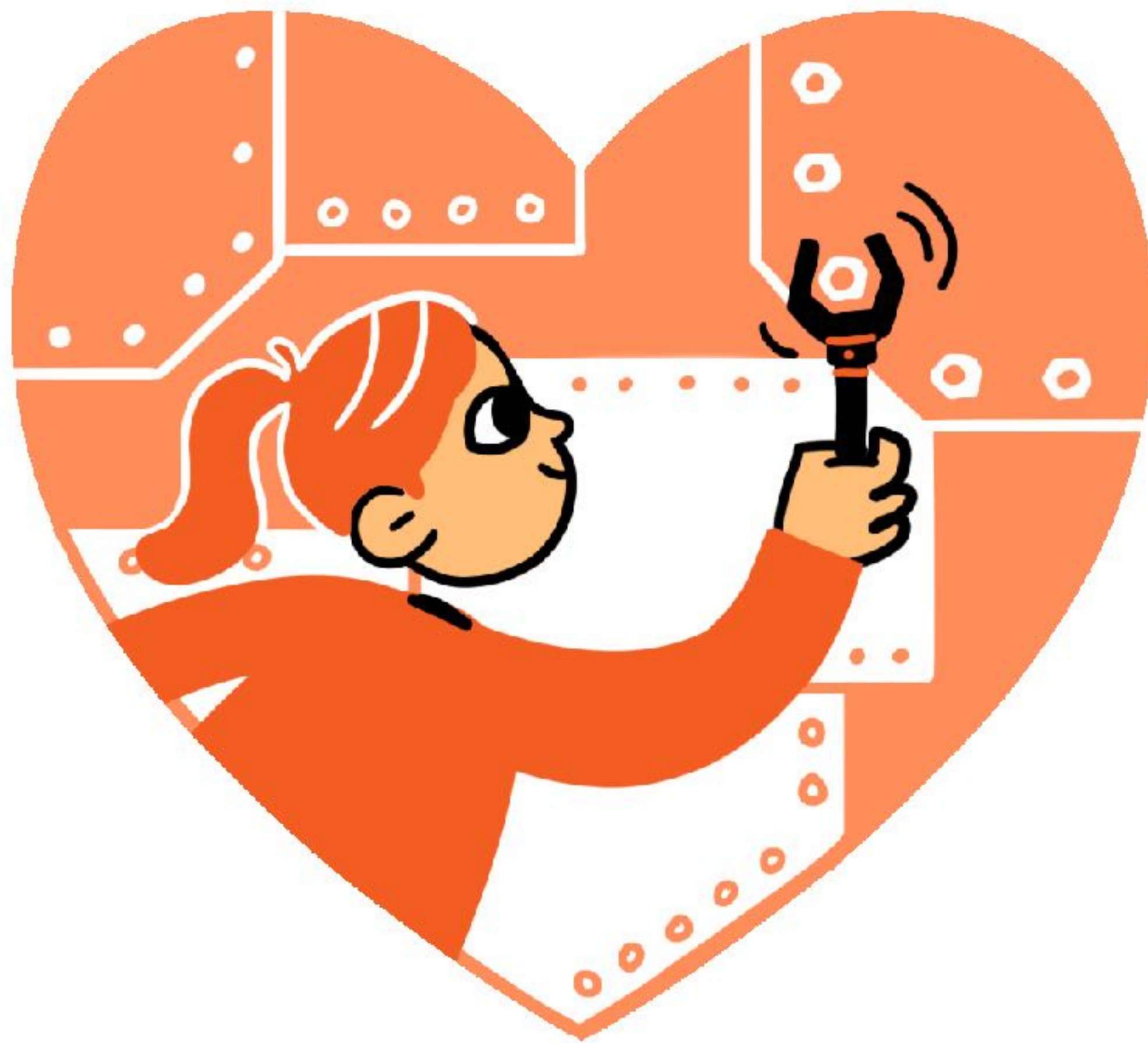
#VerdadeFundamental 6

**No Brasil, a pandemia deixou
a desigualdade social ainda
mais visível.**



#OlhandoParaFrente





“A maioria das perguntas no momento são mais sobre comportamento e marketing do que sobre economia e logística”

Rory Sutherland



Estruturas & Mudanças





Sequência



FELIPINHØ

@lolopralosers



Frequentemente eu me pergunto quando essa pandemia vai passar e também como vai ser depois dela. Tenho certeza de que já não somos os mesmos como indivíduos e sociedade, esse caos serviu pra nos mostrar mais uma vez que precisamos mudar muita coisa.

12:54 AM · 2 de mai de 2020 · [Twitter for Android](#)



**Como a sua marca vai se
comunicar daqui para frente ?**

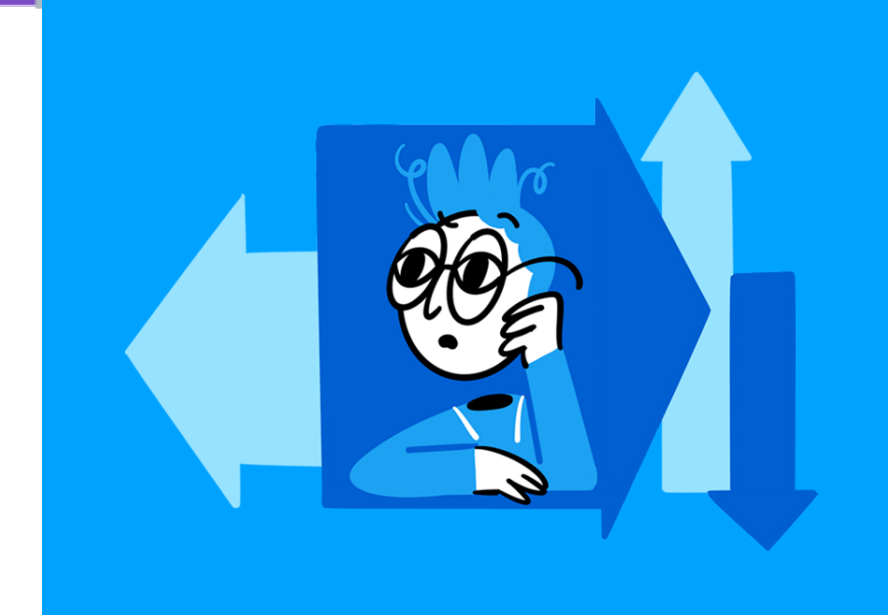
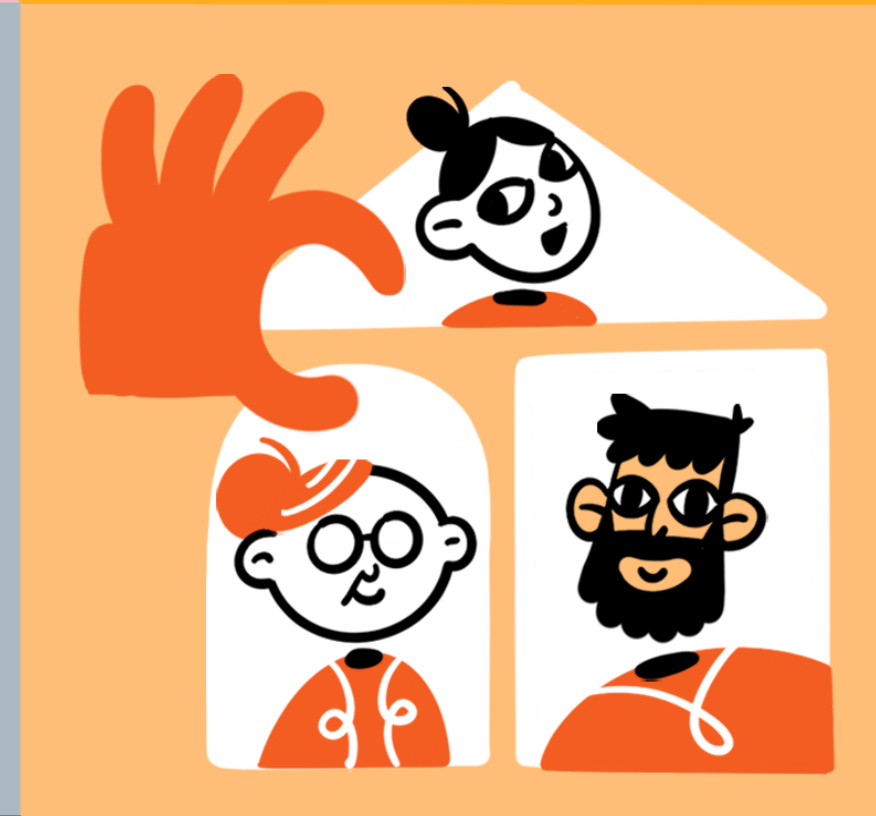
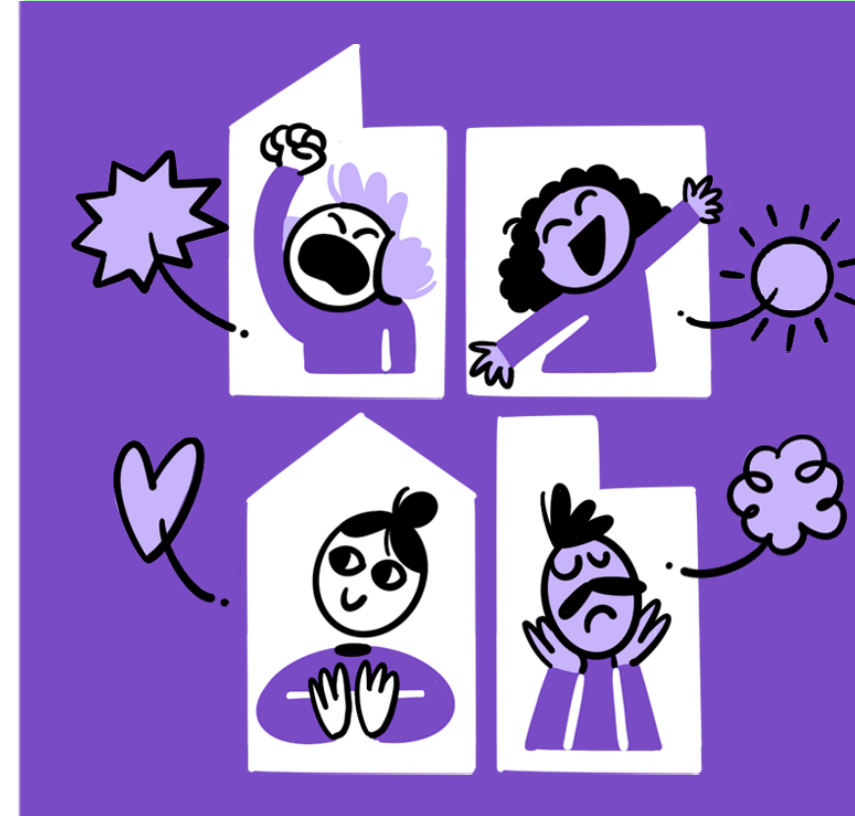


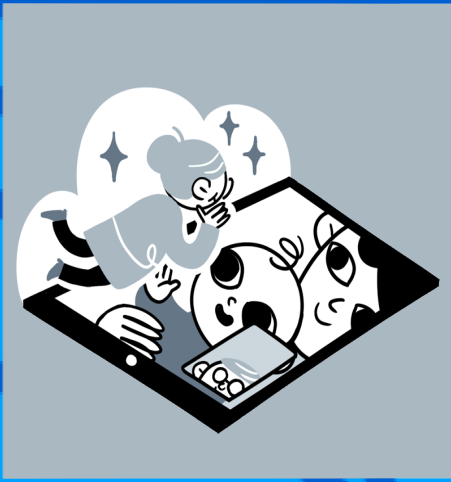
**Marcas como empregadoras
& cidadãs corporativas**

Marcas como comunicadoras

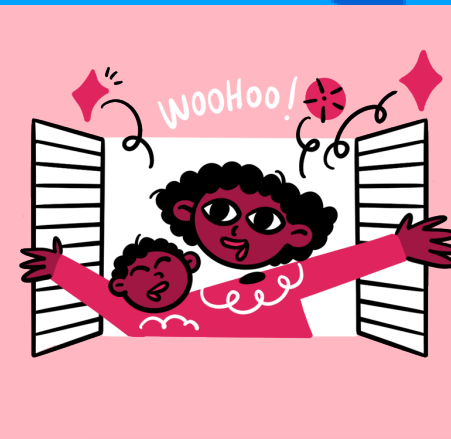


Comportamentos e Estados





Fisicamente Distantes, Socialmente Conectados



Explorando a Criatividade



#AsOutrasEpidemias



Em busca de um novo ritmo



Carrossel de Emoções



Consumo Contraditório

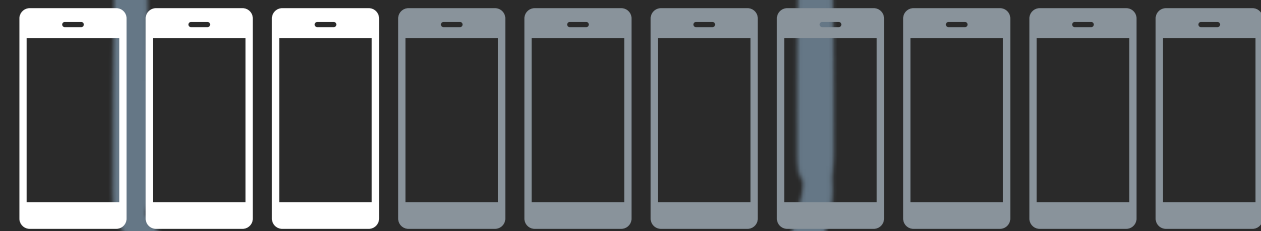
Fisicamente Distantes, Socialmente Conectados

O isolamento social só se tornou mais suportável, graças a tecnologia que nos mantém mais conectados do que nunca
#VocêEstánoMudo



Fisicamente Distantes, Socialmente Conectados

Os novos hábitos digitais impulsionados pelo isolamento tendem a permanecer



30%

das pessoas do Twitter no Brasil afirmam que continuarão a usar mais aplicativos de mensagens depois da quarentena e isolamento

32%

afirmaram que vão manter o aumento de uso de redes sociais após a quarentena



Fonte: Global Web Index, COVID research Wave 5, Brazil 2020

Fisicamente Distantes, Socialmente Conectados

A expansão do sofá do Twitter:



+10x
Menções a lives
& “watchparties”



“Live”
foi o termo mais usado na
conversa de música entre
março e abril de 2020

Apesar de estarmos ansiosos para estar presencialmente em eventos:

52% Diz que não aprovam a reabertura de grandes espaços fechados como shopping centers, baladas e afins



Fonte: Global Web Index, COVID research Wave 5, Brazil 2020, "How much do you support or oppose the following? - Large indoor venues being re-opened", Global Web Index, COVID research Wave 5, Brazil 2020



Tweet



Mastercard Brasil ✓
@MastercardBR

Não perca o show inédito com Gilberto Gil e Iza em prol do combate à fome. Curtir esse encontro e poder ajudar quem mais precisa não tem preço. Dê um like nesse tweet que avisaremos você quando a live começar. [#FazerParteNãoTemPreço](#) [#LiveGilelza](#)

[Translate Tweet](#)



16:30 · 18/06/20 · [Arrow.](#)

Fisicamente Distantes, Socialmente Conectados

Atividades tradicionais da vida offline se moveram para o ambiente online:

44x

As menções ao aplicativo #HouseParty aumentaram exponencialmente durante o período de isolamento

 35%

Das pessoas no Twitter pretendem usar mais ligações por vídeo mesmo após o fim do isolamento (vs. 33.4% do resto dos usuários da internet)



Brandwatch | Menções a "Houseparty" ou "house party" de fevereiro a abril 2020 - Puxada em 06/08/20200



Doritos®
@doritosbrasil

No Dia do Orgulho LGBTQI+, vamos espalhar amor por toda a internet. Grave seu vídeo em nosso site e nos ajude a arrecadar 1 milhão de reais para a causa LGBTQI+! tinyurl.com.br/diadoorgulho #1Kiss1Donation

[Translate Tweet](#)



[Tweet your reply](#)

Fisicamente Distantes, Socialmente Conectados

Implicações para marcas e negócios enquanto comunicadores

O cenário do entretenimento mudou. Procure por jeitos de se conectar remotamente e online e não se estresse com produções mirabolantes. Nós nos tornamos mais acostumados com as imperfeições - tanto no trabalho, quanto em outras situações.



Fisicamente Distantes, Socialmente Conectados

Implicações para marcas e negócios enquanto comunicadores

O que fazer

Se organize para interações

O novo cenário normalizou interações online mais intensas. Crie experiências que entretenha, mas ao mesmo tempo permita conversas em torno do assunto.

Acolha a imperfeição

Já nos acostumamos a estar dentro da casa de outras pessoas e a compartilhar um pedaço das nossas. Além disso, estamos vendo jornalistas e celebridades falarem de suas salas ou quartos.



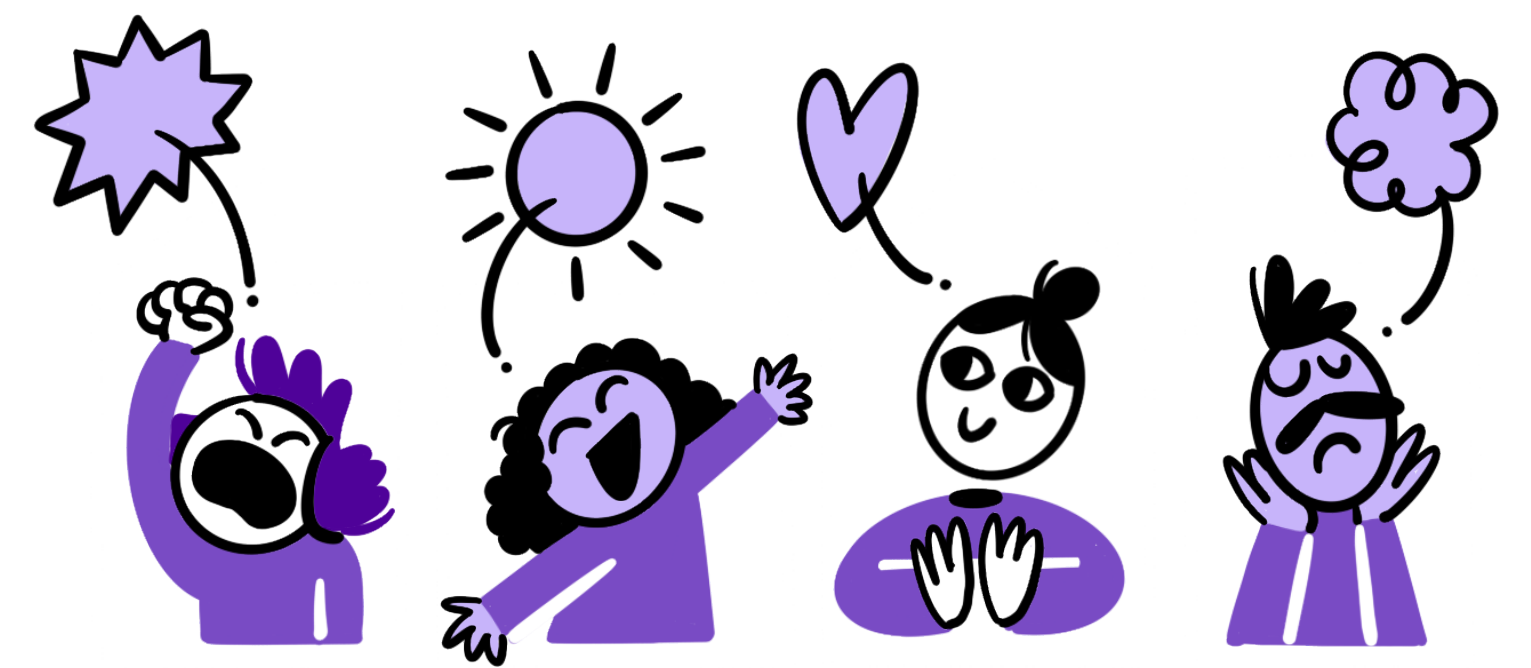
O que não fazer

Conte com a presença física

Mesmo com o afrouxamento de algumas das restrições as pessoas vão se manter ansiosas. Todo evento físico precisará de um componente ou extensão digital.

Carrossel de Emoções

Estamos experimentando emoções intensas e variadas no nosso dia a dia. A expectativa é que as emoções continuem fervilhando até a situação estar completamente sob controle.



Carrossel de Emoções



Nós estamos mais sensíveis

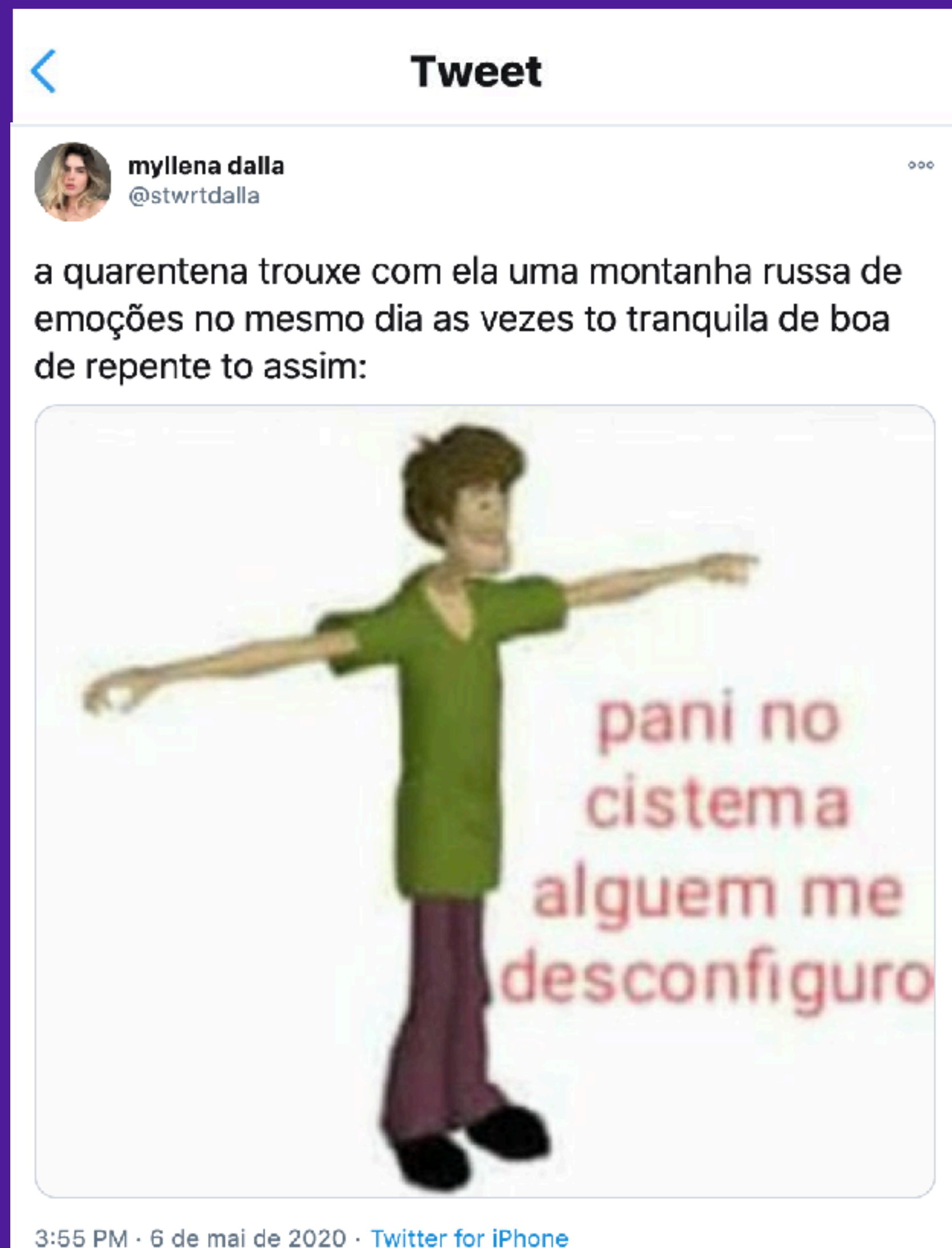
O dia 17 de março foi o dia mais triste no Twitter desde o início da mensuração em 2009.

13%

De aumento no uso de palavras ligadas a humor e emoções para se expressar quando comparado ao período pré pandemia



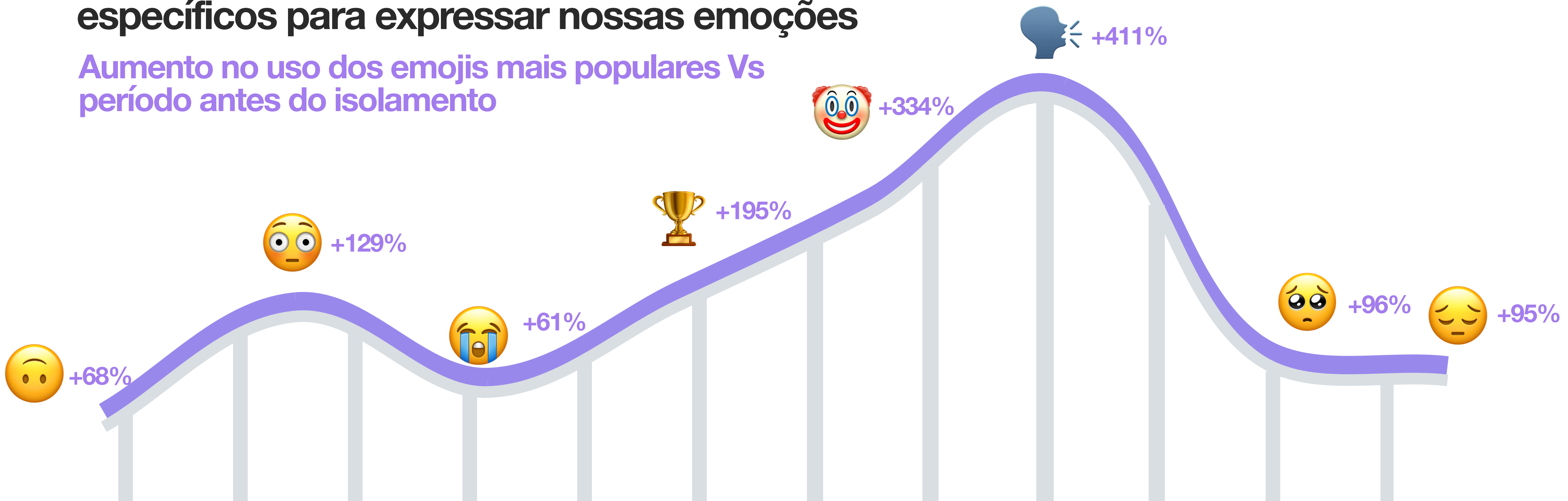
Fontes: Hedonometer - Twitter Emotions - http://hedonometer.org/timeseries/pt_all/ - acessado 22/07/2020, PT, EN
Brandwatch | Menções a emoções (felicidade, raiva, etc) de janeiro a julho 2020 - Puxada em 28/07/2020



Carrossel de Emoções

Nós também estamos utilizando mais alguns emojis específicos para expressar nossas emoções

Aumento no uso dos emojis mais populares Vs período antes do isolamento



Carrossel de Emoções

81%

Das pessoas sentem uma forte conexão emocional com o que vêem no Twitter

+41%

De aumento da conversa diária sobre saúde mental durante o período de isolamento



Carrossel de Emoções

Implicações para marcas e negócios enquanto comunicadores.

Com as emoções a flor da pele, é mais importante do que nunca prestar atenção, e acertar, no tom e linguagem utilizados - dentro e fora do seu negócio.

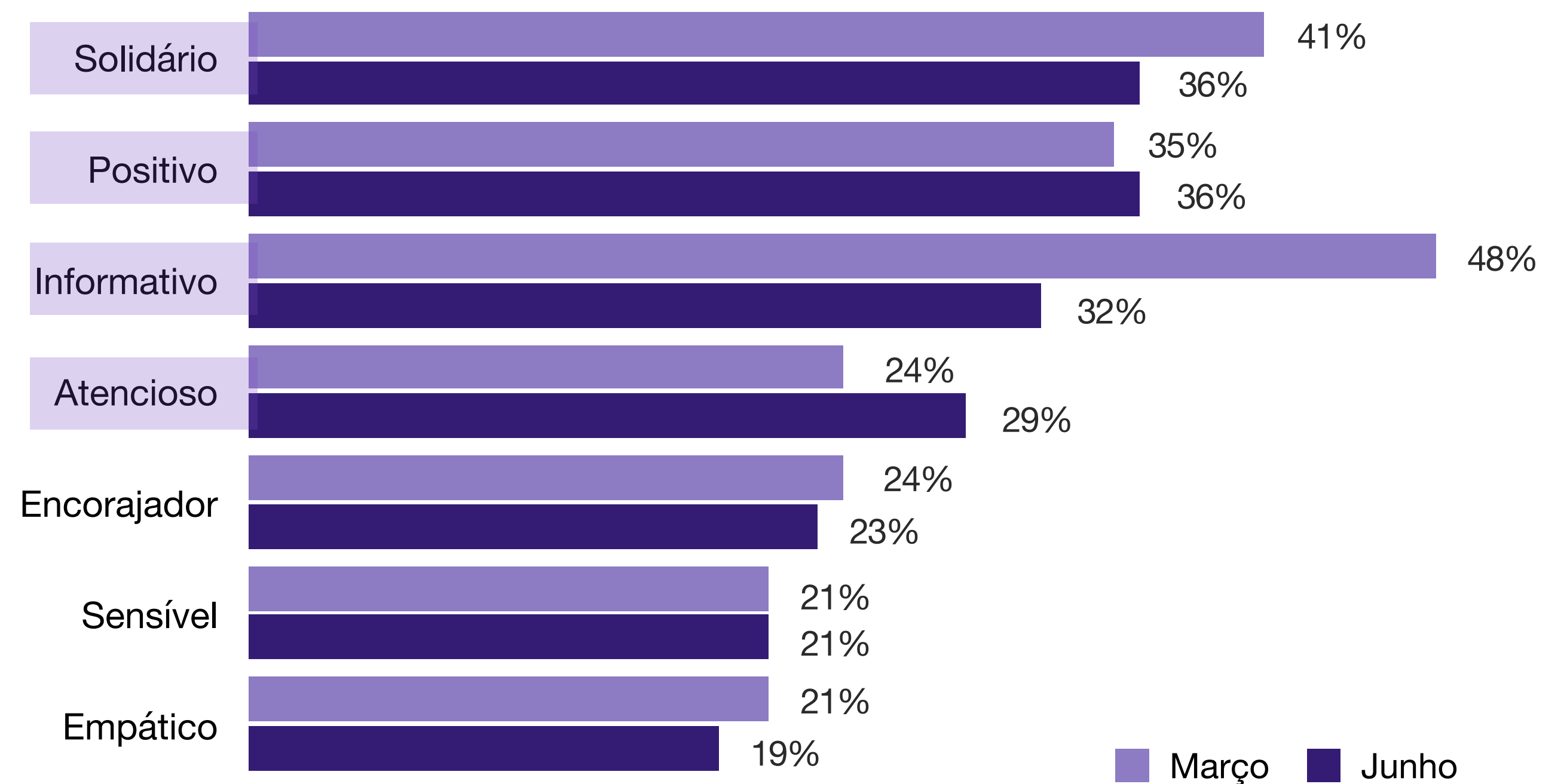


Carrossel de Emoções

Implicações para marcas e negócios enquanto comunicadores.

Apenas **7%** das pessoas do Twitter acham que as marcas devem manter o tom de comunicação habitual em meio a crise.

Qual o tom que as marcas devem ter ao se comunicar neste momento?



Carrossel de Emoções

Implicações para marcas e negócios enquanto comunicadores.

O que fazer

Seja humano

Mantenha seu tom de voz em constante desenvolvimento.

Ouça & Se adapte

Sinta o ambiente e se adapte de acordo.



O que não fazer

Ter memória curta

Demonstrar empatia só quando os tempos estão especialmente difíceis, mas esquecer disso no futuro. Consistência é importante.

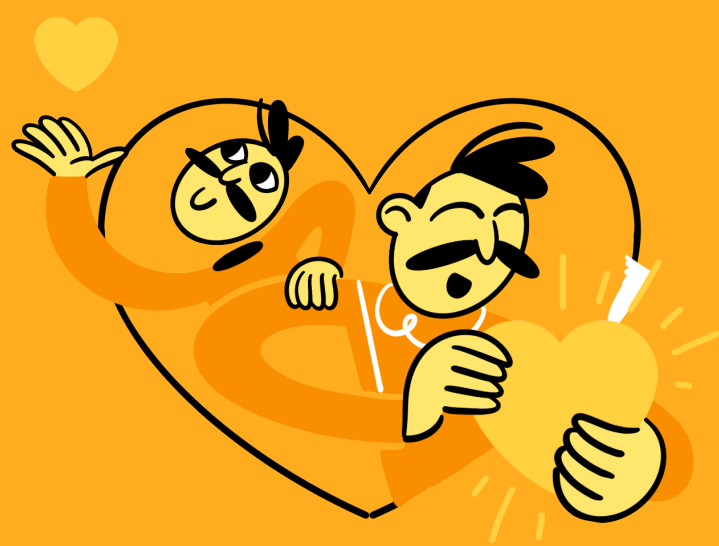


#AsOutrasEpidemias

O desgaste da saúde mental, a crise econômica e política e preocupação com a recuperação do país fazem parte de outras epidemias que terão efeitos a longo prazo - mesmo depois da pandemia de COVID-19.



#AsOutrasEpidemias



+41%

De aumento na conversa diária sobre saúde mental, estresse e autocuidado desde o início do isolamento



91%

Esperam um impacto dramático e negativo na economia do país



57%

Das pessoas no Twitter Brasil estão pessimistas sobre a recuperação do país pós pandemia.



#AsOutrasEpidemias

A conversa sobre Saúde Mental acelerou



O dobro
de pessoas conversando
sobre saúde mental depois do
início do isolamento.



+50%
Aumento da frequência de
Tweets por autor.



Fontes: Brandwatch | Conversa sobre saúde mental, estresse e autocuidado de janeiro a julho 2020 - Puxada em 28/07/2020



Tweet



Nat Natura 
@naturabroficial

Dando uma pausa no dia do jeito que eu gosto: meditando 🧘 No app da Natura tem técnicas novas pra quem já pratica, e ótimas dicas pra quem quer começar 💛 E ainda é de graça na loja de aplicativos do seu celular.
bit.ly/39x7dzv

[Translate Tweet](#)



#AsOutrasEpidemias

O impacto financeiro



1 em cada 4 pessoas foram impactadas financeiramente pela crise sanitária e tiveram cortes de salário e pagamentos

59%

das pessoas do Twitter Brasil se sentem inseguras ou muito inseguras com suas finanças pessoais nos próximos 6 meses.

40%

das pessoas tiveram suas horas de



Fontes: Fonte: Global Web Index, COVID research Wave 5, Brazil 2020 & Finanças durante o período COVID-10, Maio 2020, Brasil. Por Twitter Marketing Insights & Analytics, baseado em dados do Twitter Insight Survey (TIS) 24/04/2020 a 27/04/2020 [n=560]. Q1: "Como você se sente com relação às suas finanças pessoais nos próximos 6 meses?"



Tweet



Nubank

@nubank

Reinventamos nossos prazos e juros para apoiar milhões de clientes. Estamos liberando aos poucos no app a opção de realizar o parcelamento da fatura do cartão com juros de 1,9% ao mês para clientes em dia. Entenda essa e outras ações em nosso blog. ↓

Como estamos ajudando nossos clientes

Como o Nubank está ajudando seus clientes? - Fala, Nubank
blog.nubank.com.br

#AsOutrasEpidemias

Implicações para marcas e negócios
enquanto comunicadores

As conversas sobre Saúde Mental e Impacto Financeiro nunca foram tão grandes e importantes. Marcas - como empregadoras, negócios e comunicadoras - têm um papel fundamental a ser cumprido.



#AsOutrasEpidemias

Implicações para marcas e negócios
enquanto comunicadores

O que fazer

Cuide

De seus funcionários, redes de fornecedores,
membros da comunidade e consumidores

Vá além de palavras

Atue de forma tangível e significativa com ações
concretas em relação à práticas de negócio e
políticas internas

Promova e incentive

Um estilo de vida menos estressante



O que não fazer

Se juntar ao bonde das conversas sobre Saúde Mental

Sem estar preparado para agir de forma estrutural para
sua empresa inteira

Consumo Contraditório

O comportamento ético das pessoas sempre foi complexo e, muitas vezes, contraditórios. O COVID-19 deixou as coisas ainda mais extremas e confusas. Nós estamos mais pragmáticos e, ao mesmo tempo que, nossas prioridades mudaram, nossas expectativas ainda são bem altas em relação a nós mesmos, figuras públicas e marcas.



Consumo Contraditório

Das pessoas que responderam a pesquisa do Twitter Brasil



85% afirmam que marcas/empresas se comportarem de forma sustentável se tornou mais importante por causa do coronavírus



81% afirmaram que reduzir pegada de carbono e impacto no meio ambiente se tornou mais importante com o impacto do coronavírus



Consumo Contraditório



Prioridades conflitantes

37%

de crescimento de conversas mencionando comprar do pequeno empreendedor e negócios

+26%

aumento das vendas da Amazon no Brasil durante a crise do COVID-19

Consumo Contraditório

+311K Tweets apoiando o #BrequedosApps no dia da paralisação dos entregadores de aplicativo.

Ao mesmo tempo que...

42% das pessoas do Twitter Brasil dizem ter aumentando o consumo de serviços de aplicativos de delivery de comida e pretende manter o hábito após a quarentena



Consumo Contraditório

Implicações e negócios enquanto comunicadores

Ética pessoal é tão confusa e cheia de nuances como ética de negócios. Você não precisa ser perfeito. As pessoas vão reagir bem se você for verdadeiramente honesto, aberto e se esforçar para fazer a coisa certa.



Consumo Contraditório

Implicações e negócios enquanto comunicadores

Das pessoas que responderam a pesquisa do Twitter



88% das pessoas acreditam que as marcas devem comunicar seus esforços para enfrentar a situação. As pesquisas mostram que as pessoas querem ver as marcas se posicionando nesse momento e exercendo um papel de ajuda.



Consumo Contraditório

Implicações e negócios enquanto comunicadores

O que fazer

Se responsabilize

Faça o que fala e acolha a possível confusão. Aceitar suas imperfeições é ok desde que elas venham cercadas por honestidade.

Faça com que o propósito seja próximo das pessoas

Evite generalizações sobre como grandes grupos se relacionam a certos assuntos e temas.

Entenda a importância do pragmatismo

Produto, preço e conveniência tem maior importância quando nossos mundos se tornam mais limitados; só propósito não basta para mudar certas coisas



O que não fazer

Inconsistência

Evite começar algo que você não tem intenção de sustentar até o fim.

Evitar conversas difíceis

Por conta de um passado imperfeito.

Explorando a Criatividade

Para alguns, a criatividade veio da necessidade e para outros veio do desejo de entreter. Independente da razão, nós testemunhamos uma explosão de criatividade por conta do isolamento.



Explorando a Criatividade



Explorando a Criatividade

“ Nós somos seres dinâmicos, criativos e em constante aprendizado. É isso o que fazemos! Nós construímos significados interessantes para o mundo. Acho que esse momento fala sobre o nosso potencial criativo quando não estamos correndo ou presos numa rotina que não nos permite parar para pensar.”

@CaitLamberton



Explorando a Criatividade

Passatempos e hobbies

As pessoas estão utilizando seu tempo livre, e em isolamento, para aprender novas coisas e explorar habilidades diferentes



30%

Afirmam estar criando mais conteúdos de vídeo para internet durante o isolamento



+37%

De menções diárias de pão: as pessoas estão utilizando o tempo livre para aprender novas formas de cozinhar

Interesses em cuidados para casa e novos hobbies

A conversa diária sobre jardinagem e casa aumentou **7x**

+35%

De conversas sobre desenho, arte e ilustração



Explorando a Criatividade

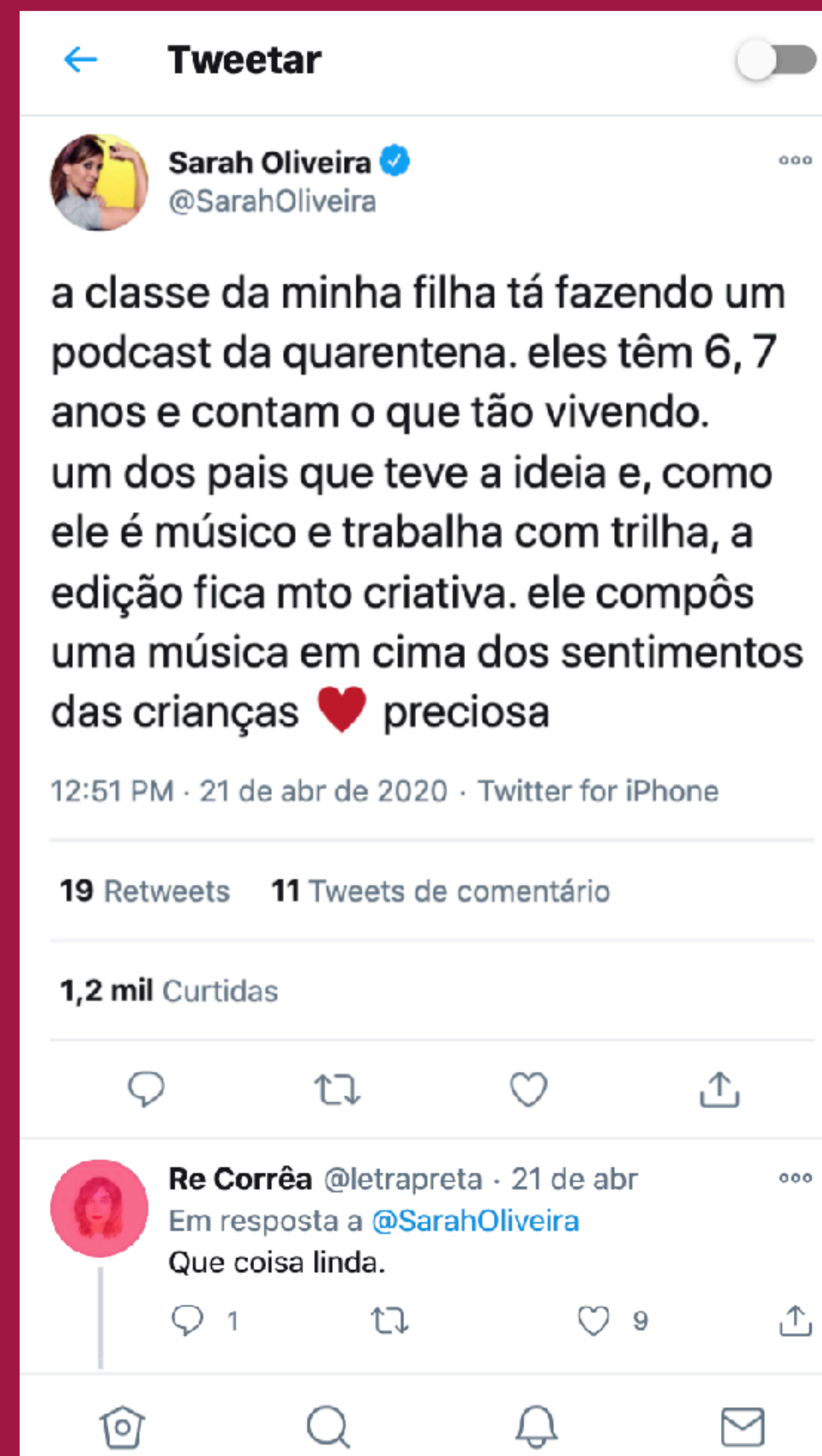
Truques do dia a dia

+11%

de conversas com dicas, histórias e jeitinhos de lidar com o isolamento, trabalho remoto e outros desafios trazidos pela pandemia.



Fonte: Brandwatch | Menções sobre "RT para ajudar" e variações, de janeiro a julho 2020 - Puxada em 28/07/2020 & Global Web Index, COVID research Wave 5, Brazil 2020



Explorando a Criatividade

Sobrevivência e sustento

Com o isolamento, também veio o desafio de pequenos empreendedores e trabalhadores informais manterem sua renda básica

+36%

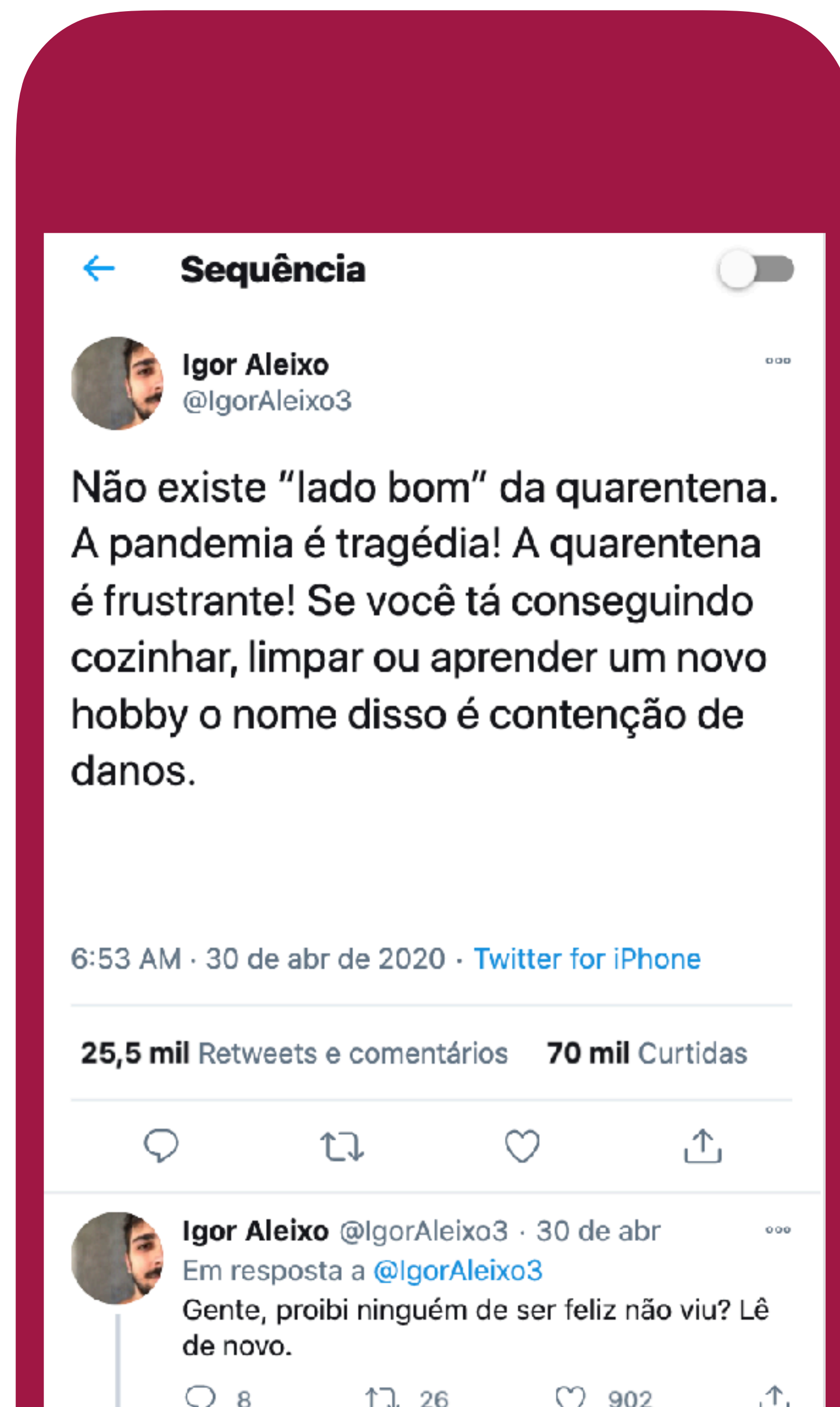
foi o aumento de conversas relacionadas a ajuda e divulgação de trabalho e perfis de pessoas buscando emprego ou complemento de renda através de alguma atividade extra.

52%

das pessoas do Twitter Brasil sentiram um grande impacto na renda com a chegada da pandemia de COVID-19



Fonte: Brandwatch | Menções sobre "RT para ajudar" e variações, de janeiro a julho 2020 - Puxada em 28/07/2020 & Global Web Index, COVID research Wave 5, Brazil 2020



Explorando a Criatividade

Implicações para marcas e negócios como comunicadores.

Pense em como você entretém e apoia a sua audiência. Tenha certeza que você está os acompanhando as conversas e contribuindo com dicas e conteúdos que não isole nenhum grupo.



Explorando a Criatividade

Implicações para marcas e negócios como comunicadores.

O que fazer

Parceria com vozes autênticas

Crie parcerias de longo prazo com criadores que podem te ajudar a contar sua história, e a deles, com credibilidade.

Respeite creators culturais

Trabalhe com criadores de comunidades com as quais você deseja se conectar a longo prazo.

Crie uma plataforma

Se pergunte se essa marca pode ajudar a impulsionar mais criatividade e projetos.



O que não fazer

Use conteúdo de terceiros sem permissão

Credite e pague criadores de conteúdo de forma correta. Não espere nada “de graça”, incluindo conteúdo gerado pela audiência.

Em busca de um novo ritmo



O isolamento fez a vida, de repente, "desacelerar" para uma parte das pessoas. De forma não planejada e forçada, existem diversas histórias sobre o isolamento e seus efeitos no ritmo diários - de sobrecarga trabalho até a vontade de se concentrar mais nos prazeres da vida, quando tudo voltar ao normal, as experiências são diversas.



Em busca de um novo ritmo

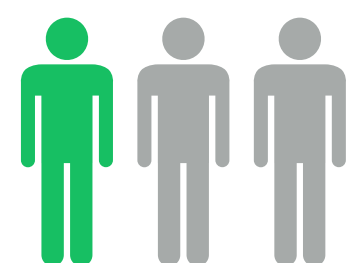
“ De repente, por conta de uma imposição, nós descobrimos os benefícios de sermos mais locais e mais sustentáveis. Agora notamos de forma mais explícita benefícios pessoais, e não só coletivos, de fazermos as coisas em um outro ritmo. Talvez seja um momento de epifania para alguns de nós. ”

@RorySutherland



Em busca de um novo ritmo

Mudança de foco



1 em cada 3 pessoas afirma estar investindo mais em hobbies e passatempos

+41% afirmam estar lendo mais neste período

+46% de menções relacionadas a pequenos prazeres ou prazeres simples (Vs período pré isolamento)



Fonte: Brandwatch | Menções a "pequenos prazeres" ou "prazeres simples" de janeiro a julho 2020 - Puxada em 28/07/2020 & Global Web Index, COVID research Wave 5, Brazil 2020



Em busca de um novo ritmo

Entusiasmo com Home Office



1 em 4

pessoas afirmam que vão trabalhar de casa com mais frequência mesmo depois do isolamento

VS.

Fadiga de isolamento

225K

De Tweets associando Home Office e EAD a palavras negativas.

+24%

De menções diárias a rotina acelerada ou cansativa e burnout (vs. período pré quarentena)



Em busca de um novo ritmo

Implicações para marcas e negócios enquanto comunicadores.

Marcas, como comunicadoras, têm a oportunidade de endossar esse novo ritmo que apresenta a sensação de desaceleração para algumas pessoas. E marcas, como negócios, têm a oportunidade de contribuir para o estabelecimento de uma nova forma mais saudável de viver.



Em busca de um novo ritmo

Implicações para marcas e negócios enquanto comunicadores.

O que fazer

Incentive a desaceleração

Pergunte como você pode acolher esse momento para criar um ambiente de trabalho mais empático

Refleta sobre sua contribuição

Considere os efeitos do seu estilo de comunicação. Você está contribuindo para um ritmo frenético e insustentável?



O que não fazer

Ignorar os introvertidos

Nossos negócios tendem a focar nas personalidades e desejos dos mais extrovertidos, mas com o FOMO (Fear of Missing Out) sendo substituído pelo JOMO (Joy Of Missing Out), como você pode se conectar e conversar com o introvertido que existe em todos nós?

#MarcasLiderando



Netflix Brasil

Pessoas > Produtos

Ciente de que não havia entretenimento suficiente neste período e querendo contribuir com os esforços de ficar em casa, a Netflix recomendou conteúdos de seus concorrentes com base nos títulos de seu catálogo.

Um ato generoso, que colocou o bem-estar das pessoas antes da marca.



Thread



netflixbrasil
@NetflixBrasil

O mais importante agora é se cuidar e, se der, ficar em casa. E se você acha que já viu tudo o que tem disponível, tem coisas muito legais em outras plataformas pra você dar uma variada:

[Translate Tweet](#)

15:30 · 08/04/20 · [TweetDeck](#)

8.691 Retweets and comments 75,6K Likes



netflixbrasil · 08/04/20

Replying to [@NetflixBrasil](#)

Se você gosta de Black Mirror, provavelmente vai gostar de Years and Years, da [@HBO_Brasil](#). Se prefere Orange Is The New Black, você deve gostar de Fleabag, do [@PrimeVideoBR](#).

312

2.247

32,5K



netflixbrasil · 08/04/20

Se gostou de Atypical, talvez você goste

Turma da Mônica

Flexibilizando Tradições

Para reforçar a importância das medidas de higiene no combate ao Coronavírus, a Turma da Mônica quebrou uma tradição de décadas e fez o Cascão lavar as mãos.



Tweet

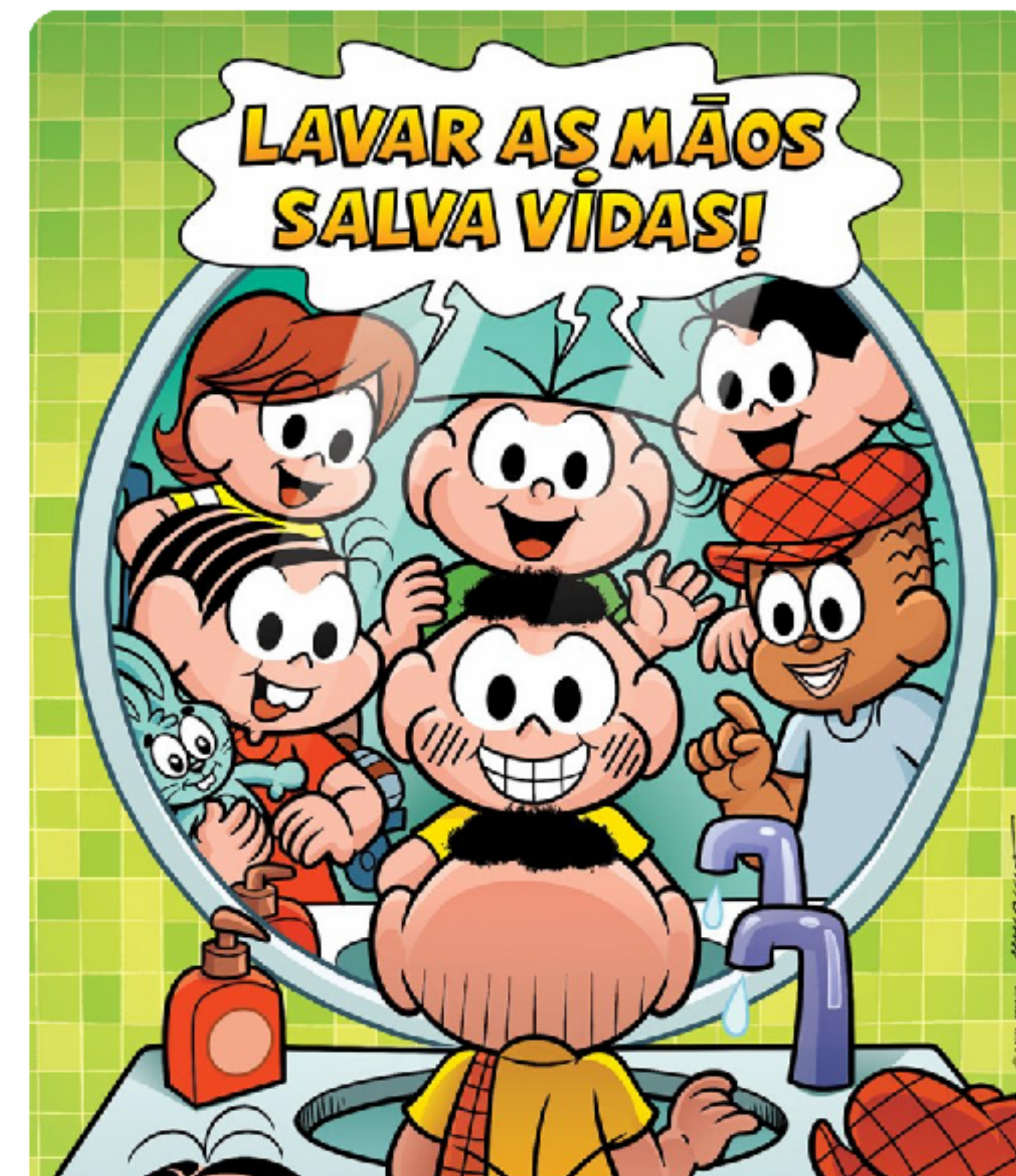


Turma da Mônica ✓
@TurmadaMonica



Já lavaram as mãos? Esta é a principal forma de se prevenir contra o novo coronavírus.

[Translate Tweet](#)



Tweet your reply



Avon Brasil

Cuidado em Diversos Aspectos

Durante a quarentena, o número de casos de violência doméstica aumentou em quase 50%.

Diante deste fato, a Avon criou uma rede de proteção para que as mulheres saibam que não estão sozinhas e encontrem todo o tipo de suporte.



Tweet



Avon Brasil
@AvonBR



Durante a quarentena muitas mulheres estão confinadas com seus agressores, aumentando a violência doméstica em até 50%. Mesmo isoladas, elas precisam saber que não estão sozinhas. Dê RT nesse tweet e lute com a gente.

[#IsoladasSimSozinhasNão](#)

[Translate Tweet](#)



Junte-se na luta pelo fim da violência contra a mulher
avon.com.br

YouTube Brasil

Olhando para a Educação

Com a suspensão das aulas e a dificuldade dos alunos de aprenderem à distância, o YouTube montou playlists com criadores de conteúdo que falam sobre as matérias dos ensinos Médio e Fundamental.

Esse projeto ajuda os jovens a buscarem conteúdos complementares e a estudarem para o ENEM.



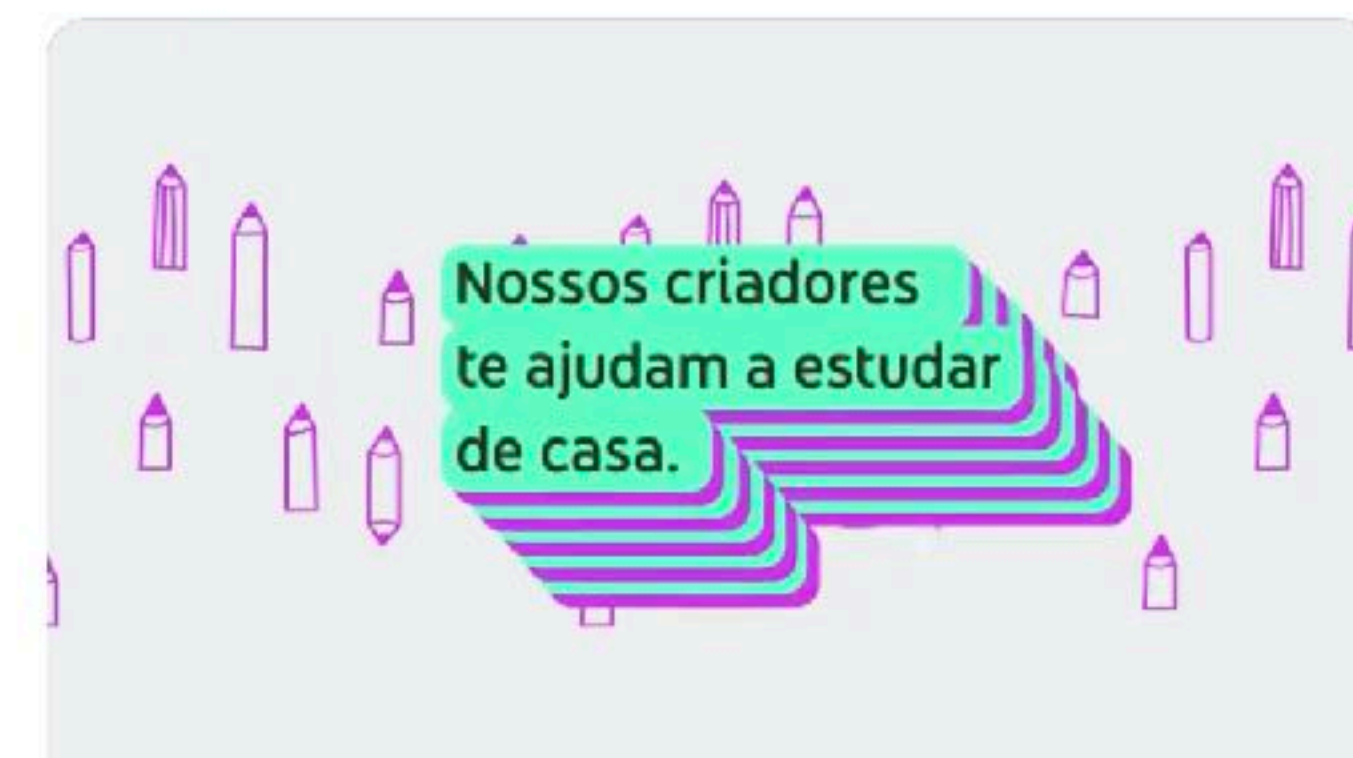
YouTube Brasil 
@YouTubeBrasil

O YouTube Edu e a Fundação Lemann organizaram as matérias dos ensinos Fundamental II e Médio para te ajudar a manter a pegada nos estudos.

Conheça as playlists!

[#FiqueEmCasa](#)  e aprenda [#Comigo](#).

[Translate Tweet](#)



Estudando em casa? O YouTube Edu te dá uma força.
youtube.com

[Tweet your reply](#)

Bradesco Next

Educação Financeira em Tempos de Crise

Ciente de estamos passando também por uma crise econômica, o Bradesco Next contou com a ajuda da criadora de conteúdo Nátaly Nery para trazer conceitos e dicas rápidas de finanças pessoais.

Em pesquisa feita durante a pandemia, detectamos que existe uma demanda grande por educação financeira no Twitter.



Thread

 **next**  @falanext

Como a pandemia mexe no nosso bolso? Chamamos a [@natalyneri](#) pra conversar sobre esse impacto da [#covid19](#) no nosso dinheiro, e tirar algumas dúvidas nesse guia financeiro pra fazer acontecer em tempos difíceis. Segue o fio 

[Translate Tweet](#)



722K views

14:19 · 04/06/20 · [Twitter Web App](#)

 **next**  @falanext · 04/06/20
Replying to [@falanext](#)

Como a gente começa a organizar as contas nesse contexto?

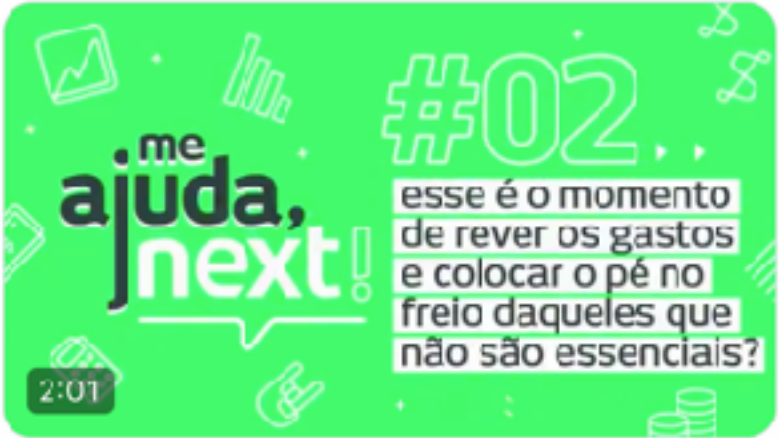


411 views

1 13

 **next**  @falanext · 04/06/20

Esse já é o momento de rever os gastos e colocar o pé no freio?



246 views

1 11

 **next**  @falanext · 04/06/20

E se as contas apertarem e não conseguir

Banco do Brasil

Ninguém Fica pra Trás

Realizar transações bancárias por aplicativos deixou de ser uma das opções possíveis e se tornou a única viável.

Para ajudar o público 60+ a se familiarizar com a tecnologia, o Banco do Brasil trouxe tutoriais feitos pelo Renato Aragão.





Novas conversas:

Análises de comportamentos
durante a pandemia