

## Highlights do dia COVID-19

De ontem para hoje, o Ministério da Saúde registrou 114 mortes, número recorde desde o anúncio do primeiro óbito no País em 17 de março. Ao todo, já são 667. Os números confirmam o que as autoridades de saúde já alertavam: os momentos mais difíceis estão por vir e a escalada deve ser ainda maior longo de abril e maio. Para amenizar os efeitos da crise e ajudar as famílias e os trabalhadores informais que perderam a oportunidade de renda durante a quarentena, o governo federal lançou hoje um aplicativo para cadastro e pagamento do auxílio de R\$ 600. Neste Dia do Jornalista, confira, ainda, dados que mostram a retomada da confiança na imprensa durante a crise. Estas e outras iniciativas públicas e privadas são destaques na edição desta terça, 7 de abril.

### Política

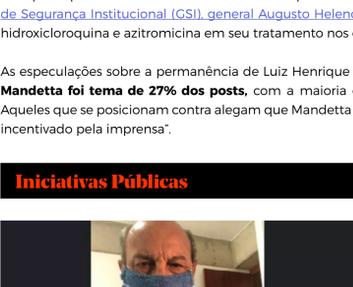
**Resposta rápida.** A Caixa desenvolveu um [aplicativo para cadastramento e pagamento da ajuda de R\\$ 600](#) aprovada na última semana. O pagamento deve começar pelos informais que já estão no Cadastro Único já nesta quinta-feira. Os participantes do Bolsa Família que receberão o auxílio emergencial vão seguir o mesmo calendário do programa.

**Alerta aos bancos.** O governo anunciou que os bancos [não poderão usar os valores do auxílio para abater dívidas de correntistas](#). O dinheiro começa a ser depositado para quem tem conta na Caixa e no Banco do Brasil a partir desta quinta-feira.

**Redução de jornada.** Matéria da Folha de S.Paulo informa que o presidente da Câmara, Rodrigo Maia, defendeu nesta terça que [cortes de jornada, com redução salarial e suspensão de contrato de trabalho](#) possam ser adotados após acordo entre patrão e empregado, sem a intermediação de sindicatos.

**Cloroquina.** O ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, disse hoje em coletiva de imprensa que médicos podem [prescrever cloroquina para pacientes diagnosticados com a COVID-19](#) desde que assumam os riscos da indicação de um medicamento que ainda não tem sua eficácia para o tratamento da doença comprovada. "Agora nós (Ministério da Saúde) precisamos de um pouco mais de tempo para saber se isso pode se configurar em coisa boa ou se isso pode ter algum efeito colateral", disse Mandetta.

### Redes Sociais



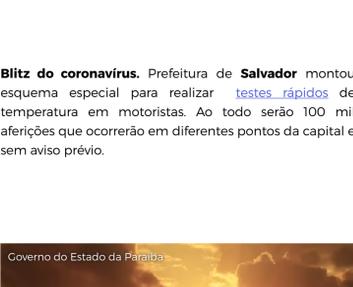
Reprodução: Veja.com

**A cloroquina voltou a ser o tema das redes sociais entre os brasileiros**, liderando o tema com 33% dos conteúdos publicados, em um universo de 1,22 milhão de menções mapeadas até 16h de hoje. Em debate permanente na comunidade estudada do mundo, o medicamento vem sendo citado por ter demonstrado possíveis benefícios aos portadores do coronavírus.

Mas, por aqui, o motivo do interesse nas redes pode também ter vindo da política: [um post do ministro do Gabinete de Segurança Institucional \(GSI\), general Augusto Heleno](#), teria desafiado o médico David Uip a dizer se teria usado a hidroxicloroquina e azitromicina em seu tratamento nos estágios iniciais da COVID-19.

As especulações sobre a permanência de Luiz Henrique Mandetta no Ministério da Saúde também tiveram destaque. **Mandetta foi tema de 27% dos posts**, com a maioria das menções sendo favoráveis à sua permanência no cargo. Aqueles que se posicionam contra alegam que Mandetta pensa em uma "possível indicação à presidência" e "está sendo incentivado pela imprensa".

### Iniciativas Públicas



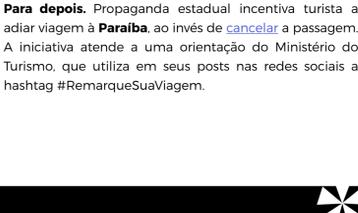
Professor do Instituto de Química da UNB em Brasília. Luvas e máscaras atóxicas e imediosas. Crédito: Reprodução: G1

**Pesquisas.** A Universidade de Brasília (UnB) selecionou novos projetos de combate ao coronavírus sugeridos por pesquisadores da instituição. Entre as propostas está a confecção de uma luva que, segundo avaliam, "[destrói o vírus](#)". O segredo seria um material umedecido com uma solução - um tipo de detergente - usado nos utensílios, explicam os pesquisadores.

**Produção.** Governo do **Paraná** pede que indústrias do estado usem suas cadeias produtivas para fabricar [máscaras](#), álcool em gel e materiais hospitalares para hospitais, postos de saúde e prefeituras.

**Novas medidas.** Na coletiva de imprensa de hoje, o governador de **São Paulo**, João Dória, anunciou mais um [hospital de campanha](#) com 240 leitos. O funcionamento começará em 1º de maio. Outro anúncio feito foi o programa social da prefeitura que distribuirá **1 milhão de cestas básicas**.

**Blitz do coronavírus.** Prefeitura de **Salvador** montou esquema especial para realizar [testes rápidos](#) de temperatura em motoristas. Ao todo serão 100 mil aferições que ocorrerão em diferentes pontos da capital e sem aviso prévio.



Arissou Marinho/Correio 24 horas

**Para depois.** Propaganda estadual incentiva turista a adiar viagem à **Paraíba**, ao invés de [cancelar](#) a passagem. A iniciativa atende a uma orientação do Ministério do Turismo, que utiliza em seus posts nas redes sociais a hashtag #RemarqueSuaViagem.

### Saúde em Pauta

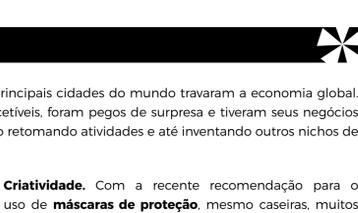
**Previsões.** Relatório assinado por especialistas e pelo ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, informa que, com base em vários modelos matemáticos, o vírus deve circular fortemente até meados de setembro no Brasil. [com um pico importante de casos em abril e maio](#).

**Ondas.** Cientistas ouvidos pelo jornal [O Globo](#) afirmam que o coronavírus continuará sendo uma ameaça global por até dois anos, mas a gravidade das novas ondas de contaminação vai depender de medidas adotadas de estado grave. Em ambos os casos, alguns pacientes reagiram positivamente, mas ainda não há como concluir que a melhora foi decorrente da medicação.

**Tratamento.** Hospitais no Brasil [estão testando diferentes usos da hidroxicloroquina](#) no tratamento da COVID-19. Na Rede D'Or e Sancta Maggiore, o medicamento tem sido usado em pacientes no estágio inicial da doença. Já o Albert Einstein e Alemão Oswaldo Cruz preferem ministrar a medicação em situações de estado grave. Em ambos os casos, alguns pacientes reagiram positivamente, mas ainda não há como concluir que a melhora foi decorrente da medicação.

**Outras possibilidades.** Enquanto isso, instituições ao redor do mundo testam a eficácia de diversas drogas contra o coronavírus. [Pesquisa da Ficruz](#) constatou que o medicamento atazanavir, usado no tratamento da Aids, é capaz de inibir a replicação do novo coronavírus. Já a [Universidade de Melbourne](#) mostrou que a ivermectina, utilizada contra parasitas como piolhos, é capaz de destruir o RNA do vírus em 48 horas. Ainda são necessários testes em humanos.

**Sobrecarga.** De acordo com relatório da [Organização Mundial da Saúde \(OMS\)](#), faltam 5,9 milhões de enfermeiros no mundo e já são mais de três mil profissionais infectados por COVID-19.



Orilando Sierra/AFP

### Sobrevivendo à crise

A necessidade de isolamento social e as ruas desertas nas principais cidades do mundo travaram a economia global. Pequenas empresas e profissionais autônomos, os mais suscetíveis, foram pegos de surpresa e tiveram seus negócios interrompidos. Porém, com criatividade e ajuda, muitos estão retomando atividades e até inventando outros nichos de mercado para dar um jeito de sobreviver.

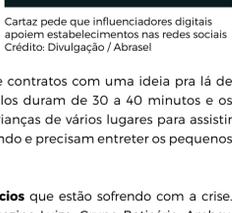
**#FICA-CASA!** Mais se prender em casa - prevenção e sempre a melhor opção

Divulgação - Elo7

Máscaras de Tecido: uma alternativa sustentável!

Contribua

Em **Belo Horizonte**, os donos de bares [criaram o movimento #apadrinheumbar](#). Muitos botequins da cidade começaram a trabalhar com delivery e, agora, contam com influenciadores digitais para fazer a divulgação do serviço e do cardápio. Segundo a Associação dos Bares e Restaurantes (Abrase) e a Câmara dos Dirigentes Lojistas (CDL/BH), são mais de 130 mil empregos que podem ser preservados com esse apoio.



Cartaz pede que influenciadores digitais apoiem estabelecimentos nas redes sociais. Crédito: Divulgação / Abrase

**Festa em casa.** Animadores de festas conseguiram driblar o cancelamento de contratos com uma ideia pra lá de criativa. Agora, eles fazem sessões [on-line de recreação infantil](#). Os espetáculos duram de 30 a 40 minutos e os preços vão de R\$20 a R\$60. É possível, por meio de teleconferências, reunir crianças de vários lugares para assistir aos shows. O programa tem sido a salvação para mães e pais que estão trabalhando e precisam entreter os pequenos em época de quarentena.

**Ajuda.** O [#compredobairro](#) é uma das iniciativas de apoio aos **pequenos negócios** que estão sofrendo com a crise. Liderado por oito executivos de grandes empresas do País (Grupo Malwee, Magazine Luiza, Grupo Boticário, Ambev, Embelleze, Stone, FLC e Rede Mulher Empreendedora), o projeto oferece **capacitação** e informações para ajudar os pequenos empresários a gerir as contas nesses tempos difíceis. Um dos cursos oferecidos é de marketing digital, para que o dono do negócio consiga entrar em contato direto com seus clientes por meio das redes sociais e WhatsApp, por exemplo. No manifesto do movimento, há o incentivo para que as pessoas compreem do **comércio da vizinhança**, pois qualquer pequena compra faz a diferença para o pequeno negócio.

O **iFood** também está ajudando estabelecimentos menores. Além de notificações enviadas aos usuários incentivando o consumo em restaurantes da vizinhança, a plataforma [criou um fundo](#) de R\$ 50 milhões para a assistência aos pequenos estabelecimentos. A empresa também vai antecipar os recebimentos dos restaurantes para até sete dias após a venda, nos meses de abril e maio. Com isso, a expectativa, segundo a empresa, é injetar cerca de R\$600 milhões na economia brasileira.

### Empresas em destaque

**Lojas Americanas e Chevron**, em parceria com a Rede D'OR, Governo do Estado do Rio de Janeiro e outras companhias privadas, custearão R\$ 45 milhões para a construção e operação de mais um hospital de campanha com 200 leitos para atender pacientes do SUS, vítimas do coronavírus, no Rio. A previsão é que a unidade Lagoa-Barra fique pronta até o fim de abril e funcione por quatro meses.

**Ame Digital** está promovendo o movimento [#AmeFazerSuaParte](#) para incentivar a sociedade a pensar no coletivo durante o combate à COVID-19. A iniciativa começou com incentivo a doações e parcerias com a ONG Ação da Cidadania e agora se estendeu para instituições como Unicef, Médicos Sem Fronteiras e Cruz Vermelha. A carteira virtual também está ajudando estabelecimentos de pequeno e médio portes através da venda, pelo aplicativo, de seus produtos e serviços em território de vouchers para uso após a quarentena. Além disso, a empresa está engajada em arrecadar doações para os mais de 10 mil ambulantes cariocas, credenciados para o Carnaval de Rua do Rio 2020 e os vendedores das praças, que estão sem trabalho por conta da crise. Em todas as iniciativas, a plataforma dá cashback para quem doar e/ou comprar pelo aplicativo, com limite máximo de 15 reais por usuário.

**Grupo Boticário** anunciou a doação de **216 toneladas de itens de higiene pessoal** para unidades de saúde pública, centros de vulnerabilidade social e entidades da Bahia, Espírito Santo, Paraná, Rio e São Paulo no auxílio ao combate do novo coronavírus. Além disso, a empresa firmou um compromisso com a Federação das Santas Casas de Misericórdia e Hospitais Beneficentes do Estado do Paraná (FEMIPA) para a doação de R\$ 500 mil para compra de equipamentos hospitalares, especialmente respiradores, cruciais no tratamento de pacientes que testaram positivo para o COVID-19.

**Samsung** disponibiliza online e gratuitamente o Code IoT, programa de capacitação em parceria com o LSI-TEC, Laboratório de Sistemas Integráveis Tecnológico. São seis cursos direcionados ao público que busca inserção e certificação no mercado de tecnologia. Os treinamentos à distância abordam temáticas em programação, inteligência básica, internet das coisas, desenvolvimento de aplicativos, entre outros. Os conteúdos estão disponíveis no site [codeiot.org.br](#) em português, inglês e espanhol.

### Como trabalhar com influenciadores?



iStock

**Influenciadores seguem em alta.** O avanço da pandemia de COVID-19 no Brasil vem, de fato, impactando diversos setores da economia. Mas, marcas e influenciadores digitais parecem ter encontrado uma saída para atingir seus públicos-alvo que permanecem sem sair de casa neste período.

Um [estudo da YOUPIX](#) com 164 marcas mostra que 77,5% delas acreditam que influenciadores e criadores podem ser bons aliados e bons interlocutores em tempos de COVID-19.

**Os temas, no entanto, mudam.** Os influencers, por sua vez, sinalizam mudanças na produção de conteúdo nesse período: dos 554 ouvidos pela pesquisa, 62% afirmaram que, sim, é necessário mudar o foco do conteúdo e falar sobre o novo coronavírus e seus efeitos em seus respectivos nichos de trabalho. Além disso, 49,4% declararam que pretendem produzir mais do que o normal durante a quarentena.

**A estratégia vem dando certo.** [Pesquisa](#) da Influencymy, plataforma de influenciadores digitais do grupo Comuniquese, indica que houve aumento de 20% no volume de conteúdos postados por influenciadores durante a quarentena. E a resposta a essas iniciativas já aparece em forma de aumento no engajamento desses criadores.

Para debater sobre o assunto, a edição de hoje do Highlights COVID-19 traz uma entrevista com **Marcelo Cia, gerente de marketing de influência da InPress Porter Novelli**.

**1. Para marcas que costumam trabalhar com influenciadores online, qual a recomendação em tempos de COVID-19?**

Estamos em um momento de repensar as estratégias de comunicação. É preciso fugir da indiferença e, mesmo que o momento seja difícil, também pode representar uma boa oportunidade para as marcas mostrarem que se preocupam com a sociedade e que estão fazendo a diferença. Muitas ações com influenciadores e conteúdos, que já estavam planejados antes da crise, podem, de fato, não fazer mais sentido, especialmente se o foco era estímulo ao consumo e o deslocamento até lojas físicas, por exemplo. Conteúdos de marca que prestem serviço à sociedade e aos consumidores tendem a ganhar força. Neste sentido, o papel dos influenciadores ganha destaque. Eles possuem uma conexão genuína com seus seguidores e também estão passando pelo mesmo momento sensível de isolamento. Optar por uma estratégia baseada na influência pode ser um bom caminho de aproximação estratégica.

**2. Neste momento, qual o papel principal do influenciador digital para a sociedade e para a construção de posicionamento para as marcas?**

Influenciadores, marcas e sociedade: todos estão vulneráveis durante a crise. A marca e seu time de influenciadores devem, por isso, unir forças para demonstrarem estar próximos da sociedade, entendendo suas necessidades e respondendo aos

seus anseios. O bom influenciador conhece como ninguém sua base de seguidores e também sabe como construir uma mensagem que seja, ao mesmo tempo, relevante para a sociedade e para a reputação da marca.

**3. Como escolher um influenciador digital neste momento?**

É uma escolha que deve ir além do alinhamento entre o produto e os temas principais tratados pelo influenciador. A decisão deve considerar três combinações: o influenciador deve ter alinhamento com o território da marca e com sua proposta de valor; deve estar construindo uma sequência de conteúdos que sejam relevantes para a sociedade neste momento de crise; e deve ter propriedade e credibilidade para levar informação qualificada e de impacto para a sociedade.

**4. Quais os aprendizados que podemos extrair da crise no relacionamento com os influenciadores?**

As marcas precisam estar atentas a influenciadores que geram conteúdos de maior credibilidade e informação. São eles que estão ganhando cada vez mais destaque e relevância nas redes, até porque os algoritmos das plataformas levam mais audiência para este tipo de conteúdo. O foco agora é pensar em ações que demonstrem o verdadeiro propósito das marcas e que gerem conscientização e lembrança futura entre consumidores.

### A guinada da mídia

A percepção de valor do jornalismo aumentou consideravelmente durante a crise do COVID-19. Reportagem da Folha de S.Paulo informa que mais da metade dos brasileiros (53%) [prefere](#) que as empresas comuniquem suas ações durante a pandemia por meios de comunicação já consolidados, como [jornal, TV e rádio](#).

Neste 7 de abril, **Dia do Jornalista**, parece que a [profissão renova forças na crise](#) e que a população voltou a confiar na categoria que tem sofrido com a escalada de ataques e fake news. Essa é a reflexão do Prop8Mark no dia de hoje, que ainda reforça que "a crise atual reabriu espaço para uma face mais natural e humanizada dos jornalistas".

Segundo a análise do veículo, exemplo disso foi a edição do último dia 25 de março, em que Williams Bonner e Renata Vasconcelos admitiram o cansaço frente à cobertura da COVID-19. "Desde então, os apresentadores do Jornal Nacional tentam parecer mais soltos e tranqüilos no fim do noticiário, característica pouco comum ao principal jornal do País".

Posturas como esta humanizam a comunicação e, consequentemente, ampliam a credibilidade no momento em que grande parte da população encontra-se fragilizada. Levantamento da Globo revela que 82% dos brasileiros procuram notícias sobre a COVID-19 ao menos uma vez ao dia e que **88% confiam na TV aberta para obter informações sobre o tema**.

O [Kantar Ibope](#) também divulgou pesquisa em que aponta forte alta no consumo de programas de TV, com destaque para o jornalismo, neste período. Antes preferido nas redes sociais por outros programas da grade, como novelas, séries e shows, agora ganha destaque e chega ao segundo lugar em comentários nos meios digitais, atrás apenas do Big Brother Brasil.



Shutterstock

**Audiência explodiu.** Outro dado que merece atenção: [onze das vinte maiores audiências](#) diárias de TV nos últimos cinco anos aconteceram pós-crise do COVID-19. Ou seja, a partir da segunda quinzena de março, resultado direto da maior presença das pessoas em casa e da necessidade de consumo de informação confiável.

**Como nunca antes na história.** Diversos canais jornalísticos também tiveram forte alta nos acessos e na audiência. O [UOL](#) registra recorde de audiência com a cobertura do coronavírus. Na Globo, o quadro [Combate ao Coronavírus](#) também supera a programação anterior e a Central de Atendimento ao Telespectador da Globo registra que 55% das ligações referem-se ao programa.

O mesmo cenário foi visto no [Roda Viva](#), da TV Cultura, que teve na última segunda-feira, em entrevista com o biólogo Atílio Lamarino, sua maior audiência do ano. Foi o maior número de espectadores desde a edição com o então candidato à presidência Jair Bolsonaro, em 2018.

**TV Paga.** Mais de 18,5 milhões de pessoas passaram pela [GloboNews](#), que registrou crescimento de 75% de audiência em relação à média do primeiro bimestre do ano. A CNN Brasil, que estreou em meio à crise da Covid-19, também divulgou que alcançou o primeiro lugar durante mais de dois mil minutos não consecutivos na grade da São Paulo.

**Combate a Fake News.** Tão preocupado quanto a imprensa e o próprio consumidor, o [WhatsApp](#) anunciou que vai implementar a partir de hoje uma nova política para tentar frear a desinformação dentro de sua plataforma, limitando mais uma vez o encaminhamento de mensagens. Hoje, a empresa limita que uma mensagem seja encaminhada simultaneamente a cinco conversas ou grupos de uma vez só.

### Parabéns!

Hoje, Dia do Jornalista, nós da InPress Porter Novelli homenageamos todos os profissionais que estão na linha de frente no combate às fake news, arriscando a própria saúde para levar a informação para a população. Porque sabemos que em tempos de crise como a que estamos vivendo, só podemos combater o medo e a desinformação com conhecimento.

Quanto maior a adversidade, maior é o valor do jornalismo. Então, uma salva de palmas - também - para nossos parceiros jornalistas, editores, repórteres, cinegrafistas e todos os profissionais da imprensa. #inpressporternovelli #DiaDoJornalista #TodosContraFakeNews

**Compromisso com a verdade**



Parabéns pelo seu dia, **Jornalista.**

InPress | PORTER NOVELLI

As informações incluídas neste documento são públicas e foram produzidas por uma célula de especialistas da InPress Porter Novelli que vem acompanhando de perto a evolução do coronavírus. Sinta-se à vontade para compartilhar em suas redes!

Nossa agência pode auxiliar na preparação de estratégias que melhor se adequem ao seu negócio. Conte com a gente e, qualquer dúvida, escreva para atendimento.saude@inpresspn.com.br.