

Verificado 



**Project
Halo**

ATÔMICA

Jatobá PR 2021

Verificado

2020: o mundo sofre com as consequências da pandemia da Covid-19. A agência Purpose é selecionada pela Organização das Nações Unidas (ONU) para construir uma iniciativa global, com ações locais, que colabore positivamente para o enfrentamento ao novo coronavírus. Nasce o Verificado, projeto criado para conscientizar o público sobre a importância de disseminar informações verificadas de fontes confiáveis sobre a nova doença.

Além das ações diretas da iniciativa, são desenvolvidas duas novas frentes: a campanha Pause, que convoca o público a pausar e pensar antes de compartilhar uma informação. E a Equipe Halo, um time de cientistas convidados a criar perfis informativos no Tiktok, numa ação conjunta com a rede social, para esclarecer dúvidas e aproximar o público das vacinas. Em 2021, o Verificado tem um novo capítulo, com shows on-line e associação ao Time Brasil nos jogos de Tóquio. O objetivo no Brasil é impactar o público jovem para que entendam a importância de manter o uso da máscara e o distanciamento social enquanto o ciclo vacinal não está completo.

No Brasil, a Purpose convida a Atômica a ser sua parceira de Relações Públicas, ampliando as ações planejadas através de imprensa, influenciadores e parcerias de mídia. A campanha tem início três meses antes da entrada da Atômica no projeto e conta com ações relevantes como a iluminação do Cristo Redentor. Ao embarcar no Verificado, a Atômica traz sua expertise e capacidade de articulação junto a diferentes atores formadores de opinião dos públicos-alvo. As ações aqui apresentadas foram desenhadas pela equipe da Purpose e pelo Centro de Informação das Nações Unidas para o Brasil (UNIC Rio), com contribuições do time da Atômica.

Vamos detalhar cada uma das ações criadas, analisar o papel da Atômica na ampliação do impacto, e os resultados obtidos.

PARCERIAS DE MÍDIA **Verificado** ✓✓

A Atômica trouxe parceiros de mídia que desenvolveram projetos de conteúdo. Da parceria com a agência de fact checking Lupa nasceu a websérie #SóQueNão, dedicada a desmentir informações falsas compartilhadas ao longo da pandemia, tendo o humor como principal ferramenta. A Atômica intermediou a contratação do ator Rafael Infante para atuar nos vídeos que eram apresentados pelo humorista Hamiltinho.

Plataforma multicanal focada em direitos humanos, o Quebrando o Tabu foi parceiro na produção do vídeo SAC QUEBRANDO: VACINA CONTRA A COVID-19. Seguidores do Quebrando o Tabu no Instagram revelaram suas dúvidas sobre a vacina contra a COVID-19. E o influencer Vítor diCastro respondeu como se fosse um serviço de atendimento ao cliente, usando o mesmo bom humor com o qual se popularizou na internet falando sobre os signos do zodíaco. Além disso, no perfil do Instagram, houve a publicação de vídeos de cientistas, que fizeram parte da Equipe Halo, tirando algumas dúvidas de internautas sobre os estudos do novo coronavírus. Confira um dos vídeos aqui.

A parceria com o Projeto Colabora ocorreu dentro do projeto Equipe Halo. O site e as redes sociais do Colabora divulgaram peças de comunicação criadas para a campanha de apoio à Equipe Halo e ainda vídeos exclusivos do time de especialistas.



Parcerias
quebrando o tabu
e Agência Lupa



PRIMEIRAS AÇÕES

Verificado

Exposição “Informações Salvam Vidas” - Em colaboração com a Mauricio de Sousa Produções, a ViaQuatro e a ViaMobilidade, a equipe do Verificado monta uma exposição itinerante em estações das linhas 4 e 5 do metrô de São Paulo, além de adesivar os vagões. Monica, Cebolinha e a turminha trazem a mensagem de como é importante disseminar informações verificadas sobre a pandemia.

Canal Gloob e Dráuzio Varella – Dr Dráuzio Varella responde a perguntas dos pequenos sobre a Covid-19 numa série de vídeos produzidos como parte do Verificado e publicada nas redes sociais de ONU Brasil (@ONUBrasil) e no canal do Mundo Gloob no Youtube.

O foco do trabalho da Atômica foi principalmente as famílias com crianças de até 12 anos, através de veículos especializados, além de pautas de público, como as veiculadas na TV Brasil e na Globonews.

**RETORNO DE MÍDIA:
R\$ 2 MILHÕES**



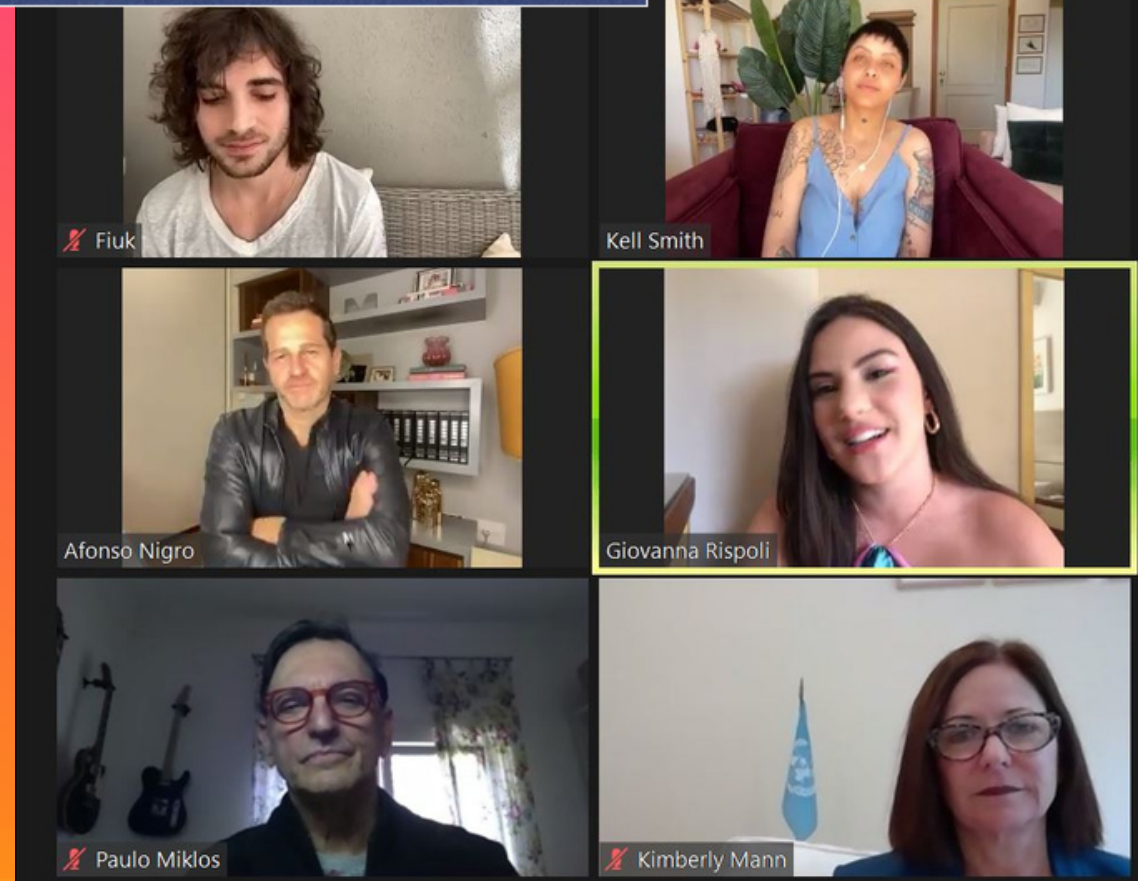
VIDEOCLÍPE AVIÃO

Verificado

Convidado pela Purpose, o cantor e produtor musical Afonso Nigro reuniu um time incrível de artistas para cantar uma música que fala sobre esperança. Numa mediação da Atômica, o videoclipe é divulgado com exclusividade no programa Domingo Espetacular (Record TV), entre o Natal e o Ano Novo. A música “Avião”, composta pelo jogador Dani Alves e pelos músicos Afonso Nigro, Milton Guedes e Maurício Monteiro, ganha vida nas vozes de Alejandro Sanz, Carlinhos Brown, Daniel, Di Ferrero, Fábio Jr., Kaê Guajajara, Marcos & Belutti, Nando Reis, Roberta Miranda, Rodrigo Faro, Rogério Flausino, Sandra de Sá, Tiago Abravanel e Vitor Kley. Além de mediar a estreia do clipe num dos mais importantes e populares programas da TV aberta, a Atômica conquista espaços relevantes como o Estúdio I da GloboNews; Folha de S. Paulo, Isto É, Lance, e veículos de outros países.

**RETORNO DE MÍDIA:
R\$ 19,5 MILHÕES.**





Em maio de 2021, o projeto Verificado tem um novo público-alvo bem definido: os jovens. A iniciativa global da Organização das Nações Unidas (ONU) para combater a desinformação na pandemia da COVID-19 lança a campanha #CadaUmdeNós, com o objetivo de incentivar jovens a manterem as medidas de prevenção. Duas grandes ações marcam a etapa 2021:

Festival Cada um de Nós – nos dias 15 e 16 de julho, 13 artistas se juntam para um festival de música on line. Apresentada por Giovanna Rispoli, Bruno De Luca, Fiuk, Thelminha e André Vasco, a transmissão conta ainda com depoimentos de diversos atores e atletas, como Adriana Esteves, Vladimir Brichta, Denilson, Rubinho Barrichello, Caio Ribeiro, Maurren Maggi e Lucão. A Atômica estruturou e realizou uma coletiva de imprensa on-line para divulgar o festival, agendou entrevistas com os apresentadores e artistas e convidou a imprensa a cobrir o festival.

#UmSóTime- o projeto Verificado se juntou ao Time Brasil, marca dos atletas brasileiros nas Olimpíadas, na campanha #UmSóTime para incentivar sobretudo os jovens a manter os protocolos de segurança. Em parceria com a equipe de imprensa do COB, a Atômica amplificou via imprensa e influenciadores a mensagem positiva divulgada pela ação.

CAMPANHA PAUSE



Em pleno estádio de São Januário, durante o Campeonato Brasileiro, jogadores do Vasco e do Corinthians entram em campo carregando a faixa da campanha Pause. É o lançamento oficial da Pause. A grande exposição da faixa permitiu à Atômica provocar um debate sobre a desinformação em veículos que não falam sobre assunto, atingindo um público novo, fã de futebol. Rádios, sites, grandes veículos e editorias de esporte publicaram reportagens. A GloboNews abraçou o projeto e veiculou matéria com entrevista com os porta-vozes nos programas Em Ponto, com entrada ao vivo, Edição das Dez, Edição das 15h e Edição da Meia-Noite.

RETORNO DE MÍDIA:

R\$ 4,1 MILHÕES

PÚBLICO ESTIMADO: 23,9 MILHÕES

Impacto medido entre 21 e 25 de outubro de 2020



ATÔMICA

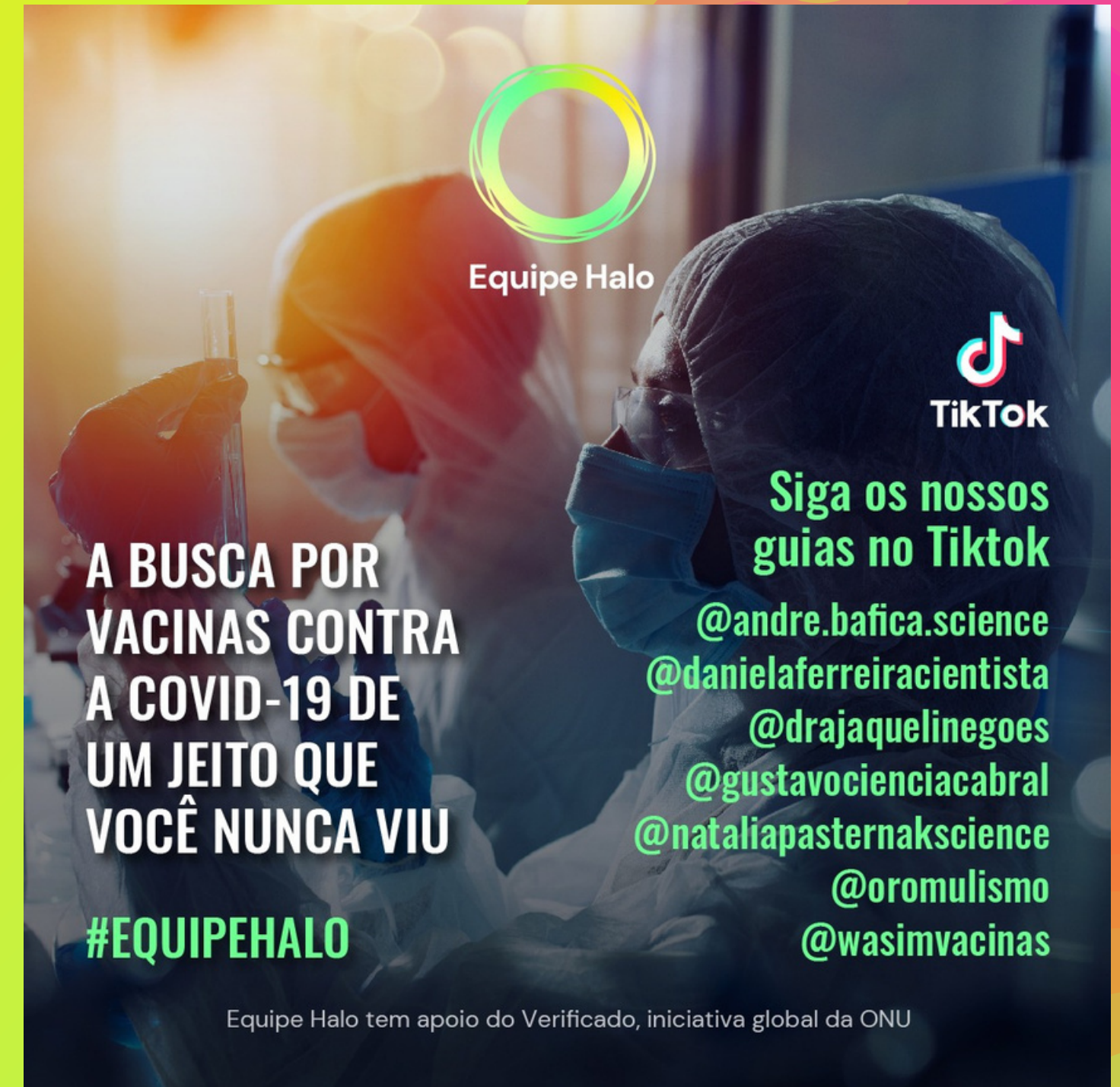
EQUIPE HALO – OUTUBRO A DEZEMBRO DE 2020

A Equipe Halo – formada por médicos e cientistas – humanizou o debate sobre as vacinas ao dar rosto e voz àqueles que estão estudando a Covid-19. Na rede TikTok, os perfis dos especialistas convidados pela ONU através da Purpose disseminaram informações confiáveis. O trabalho de PR da Atômica teve três frentes:

A divulgação da própria Equipe Halo com o intuito de atrair novos seguidores para os perfis no TikTok. Um destaque é a reportagem realizada pelo jornal O Globo em 16 de novembro de 2020

Repercutir a realização de lives e debates on line com a presença de atores, celebridades e especialistas

Oferecer os cientistas da equipe para participar em programas de TV e rádio e entrevistas para on line e impressos




Equipe Halo


TikTok

**A BUSCA POR
VACINAS CONTRA
A COVID-19 DE
UM JEITO QUE
VOCÊ NUNCA VIU**

#EQUIPEHALO

**Siga os nossos
guias no Tiktok**

@andre.bafica.science
@danielaferreiracientista
@drajaquelinegoes
@gustavocienciabral
@nataliapasternakscience
@oromulismo
@wasimvacinas

Equipe Halo tem apoio do Verificado, iniciativa global da ONU



EQUIPE HALO – FEVEREIRO 2021 #TODOSPELAVACINAS

Em fevereiro de 2021, com o ciclo vacinal iniciado para públicos prioritários, quebrar os medos sobre a vacina era fundamental. A Equipe Halo e as Nações Unidas se unem a instituições de divulgação científica –Observatório COVID-19 BR, NPV/USP, União Pró-Vacina, entre outras – na campanha “Todos Pela Vacinas”. E, no sábado de carnaval, acontece uma ação de repercussão internacional, a pintura do texto #TODOSPELAVACINAS no sambódromo de São Paulo. Onde antes havia carnaval, naquele sábado, componentes das escolas de samba



pintaram a frase, gerando imagens veiculadas pela TV Globo, no Jornal Nacional, e ainda Band, CNN Brasil, Globonews, Record, e outros. A ação ainda repercutiu internacionalmente com a cobertura de agências globais como a EFE, Reuters e The Associated Press.

Retorno de Mídia – Todos Pela Vacinas (12 a 18 de fevereiro de 2021): R\$ 35 milhões

INFLUENCIADORES

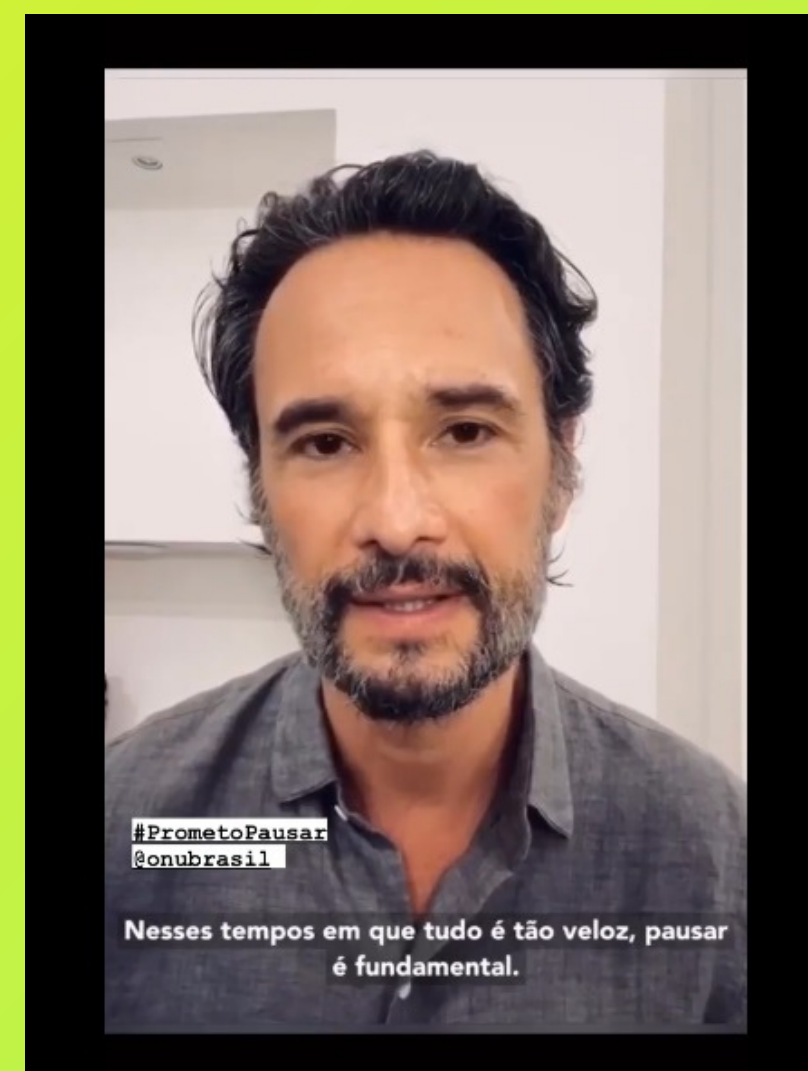
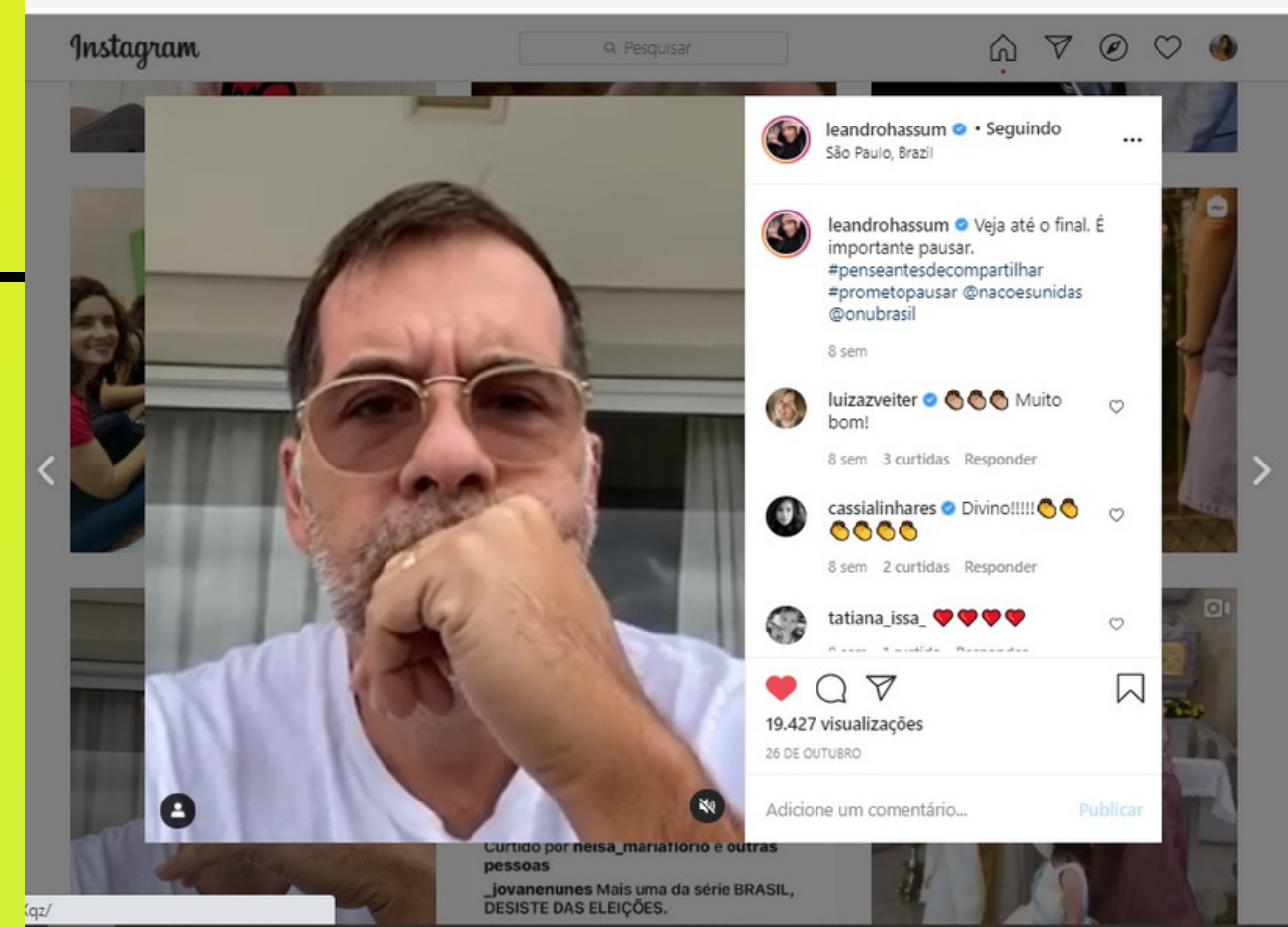


Ao longo de todo o trabalho, a Atômica realizou diversas ações com influenciadores, enviando conteúdos para divulgação em redes sociais, sensibilizando-os para participar de diferentes frentes do projeto. Seguem alguns exemplos:

No lançamento da campanha Pause, a Atômica atuou junto a artistas e influenciadores digitais entregando materiais gráficos e roteiros para que cada um pudesse compartilhar ou criar seus próprios vídeos. Participaram da campanha, entre outros, Rodrigo Santoro, Leandro Hassum, Luisa Clasen (Lully de Verdade), Mari Moon e Alinne Prado.

Enquanto ao longo do projeto Halo, nomes como Marjorie Estiano, Antonio Calloni, Carol Castro, Mariana Bridi Cardoso, Daniel Blanco, João Côrtes, Maeve Jinkings e Paulo Pimenta compartilharam conteúdos em apoio à ciência e às vacinas.

Já durante os Jogos de Tóquio, o foco de ativação foram atletas, jornalistas e apresentadores de futebol. Além dos conteúdos e das mensagens, eles podiam ainda “vestir a camisa” do #UmSóTime ao usar o filtro de Instagram criado especialmente para a campanha.



ATÔMICA