



ENSINANDO PESSOAS A SE **PROTEGEREM**  
**NO AMBIENTE ONLINE** DURANTE A PANDEMIA

**VIANEWS** **HOTWIRE**  
LATAM COMMUNICATIONS AGENCY ignite possibility

# Contexto

Desde março do ano passado, com o início da pandemia do Covid-19, muitos compromissos como aulas, trabalho, reuniões, atendimento médico e até mesmo reuniões familiares e entretenimento passaram a acontecer de forma online, visando o distanciamento social.

As atividades do dia-a-dia, como fazer compras no mercado, ir à farmácia, fazer uma transação financeira em uma agência bancária, assistir a um filme no cinema, entre tantas outras coisas corriqueiras, foram rapidamente migradas para seus formatos online - o e-commerce, o mobile banking, o download de filmes.

## Não foram só os consumidores que se adaptaram ao online. Os cibercriminosos também!

A pandemia aumentou o tempo que os consumidores passam online e as ameaças também aumentaram. O número de fraudes e ataques criminosos por meio de celulares, notebooks e aplicativos disparou. Alguns por meio de jogos, outros por meio de compras online ou até mesmo mensagens recebidas em plataformas de redes sociais.

“ Para se ter ideia, apenas no Brasil, entre março e dezembro de 2020, as fraudes, somente no e-commerce, tiveram aumento de 45% ”

# Desafio

Para **aumentar a conscientização** da população sobre os crimes cibernéticos, a McAfee, empresa global de segurança cibernética, contratou a Vianews para desenvolver a **campanha “Safety at Home”** (*Segurança em Casa, em tradução livre*) para **educar os consumidores** sobre a necessidade de proteger o que é importante e a melhor maneira de fazer isso.

O **grande desafio** da campanha era levar o conhecimento sobre segurança online a todas as pessoas, de forma leve e interessante, e ainda com muita rapidez, pois os cibercriminosos não descansam.

## Os principais objetivos da campanha de PR incluíram:



Gerar **awareness sobre ameaças digitais na pandemia e para a McAfee** como consultora confiável para ‘proteger o que é importante’ enquanto as pessoas estavam em distanciamento social, em seus lares.



Educar os consumidores sobre **como proteger suas vidas digitais** ao trabalhar ou estudar em casa, bem como nas atividades de entretenimento.



Mostrar o **forte foco da McAfee na segurança do cliente**, lançando produtos que oferecem a melhor proteção contra as ameaças atuais, com ênfase na facilidade de uso e no aumento do valor percebido.



Apresentar as **atualizações do McAfee Total Protection**, incluindo as novas atualizações para Social Media.

# O programa de PR

O programa de PR de **3 meses na América Latina (Agosto a Outubro de 2020)** foi realizado em **6 países:**



A campanha teve como foco **fornecer à imprensa um fluxo alto e constante de conteúdo** voltado para educar o consumidor sobre segurança online.

A VIANEWS trabalhou em estreita colaboração com a diretora de PR baseada em Londres, responsável pela campanha em todo o mundo. O trabalho de PR LATAM teve como hub o Brasil, a partir de onde foi coordenada a execução do programa nos demais países da região.

**KPIS estabelecidos pelo cliente:**

**58**

resultados proativos na imprensa

**14**

Entrevistas de executivos da McAfee/comentários de executivos

**60%**

De resultados na imprensa contendo mensagens-chave

**Resultados entregues:**

**300**

resultados proativos na imprensa

**30**

Entrevistas de executivos da McAfee/comentários de executivos

**80%**

De resultados na imprensa contendo mensagens-chave

# A estratégia

A McAfee ainda era conhecida pelo antigo antivírus vendido no passado. O trabalho de PR não deveria apenas levar *awareness* aos usuários de Internet, mas também **mudar a percepção dos principais jornalistas e influenciadores** locais sobre a marca e seus produtos.

As informações relevantes sobre segurança online foram desenvolvidas de acordo com as necessidades e características da região LATAM e as especificidades de cada país.

**A campanha “Safety at home” foi constituída de três momentos:**

## 1. SAFETY AT HOME

No primeiro mês, foram elaborados pautas e artigos assinados por porta-vozes locais para explicar a importância de manter a família conectada, mas longe de fraudes e ataques cibernéticos. Todos os conteúdos refletiam as características locais de cada país.

## 2. MCAFEE TOTAL PROTECTION

No segundo mês, encontros online foram realizados com as principais mídias de tecnologia e de consumo para apresentar a nova solução McAfee Total Protection e seus recursos para aumentar a segurança online dos consumidores. Foram distribuídas licenças da solução para os jornalistas LATAM.

## 3. AS CELEBRIDADES MAIS PERIGOSAS

Na terceira parte do projeto, foi lançado o estudo sobre as Celebidades Mais Perigosas, que gerou muito interesse no tema segurança e ainda assim abordou o consumidor de uma forma leve e interessante.

Pautas sobre temas e acontecimentos quentes na área de segurança com foco no consumidor final, utilizando dados de cada país, foram constantes durante toda a duração do programa de PR.

## “Celebidades perigosas” – contribuição criativa

Anualmente, a McAfee divulga o estudo Most Dangerous Celebrities (As Celebidades Mais Perigosas), **somente nos EUA e alguns países da Europa**. Trata-se de um ranking que aponta quais famosos geram os resultados mais “perigosos” – ou seja, aqueles cujos resultados de pesquisa trazem conteúdo potencialmente malicioso para expor informações pessoais de quem clica.

Devido ao aumento de ameaças online na América Latina, e pelo fato de o estudo ter como pano de fundo um tema que os latino-americanos adoram – o mundo das celebridades - a VIANEWS **agiu de maneira criativa** propondo à McAfee a divulgação do estudo na região LATAM **com foco em Safety at home**, utilizando a versão americana do estudo (pois as celebridades americanas são bem conhecidas pelos latinos). **A proposta criativa foi um verdadeiro sucesso** pois, de fato, aliar um tema leve como “o mundo dos famosos” a um tema mais pesado como segurança online fez com que o conteúdo alcançasse diversos segmentos de mídia de interesse do consumidor final – desde portais de notícia, a publicações femininas, jornais de cobertura nacional e sites de tecnologia.

### O ESTUDO

Durante o distanciamento social, as pessoas passaram a utilizar muito a internet em busca de conteúdo para distração – geralmente entretenimento gratuito (filmes, programas de TV e música) para evitar custos extras. À medida que esses hábitos cresceram, aumentaram também as ameaças cibernéticas potenciais associadas ao conteúdo gratuito.

Muitos usuários não percebem que **pesquisar suas celebridades favoritas na internet pode levar a conteúdo malicioso**, já que os cibercriminosos costumam aproveitar essas pesquisas populares para convencer as pessoas a clicarem em links perigosos.

A partir do estudo, foi possível alertar o consumidor latino-americano sobre as ameaças contidas na Internet **e ensinar formas seguras de estar no ambiente online.**

2020 McAfee®  
As Celebidades Mais Perigosas™

Anna Kendrick

1. Anna Kendrick
2. Sean Combs
3. Blake Lively
4. Mariah Carey
5. Justin Timberlake
6. Taylor Swift
7. Jimmy Kimmel
8. Julia Roberts
9. Kate McKinnon
10. Jason Derulo

Os cibercriminosos também adoram celebridades. Pense antes de clicar.

McAfee

140

Publicações na mídia LATAM somente sobre o estudo As Celebidades Mais Perigosas

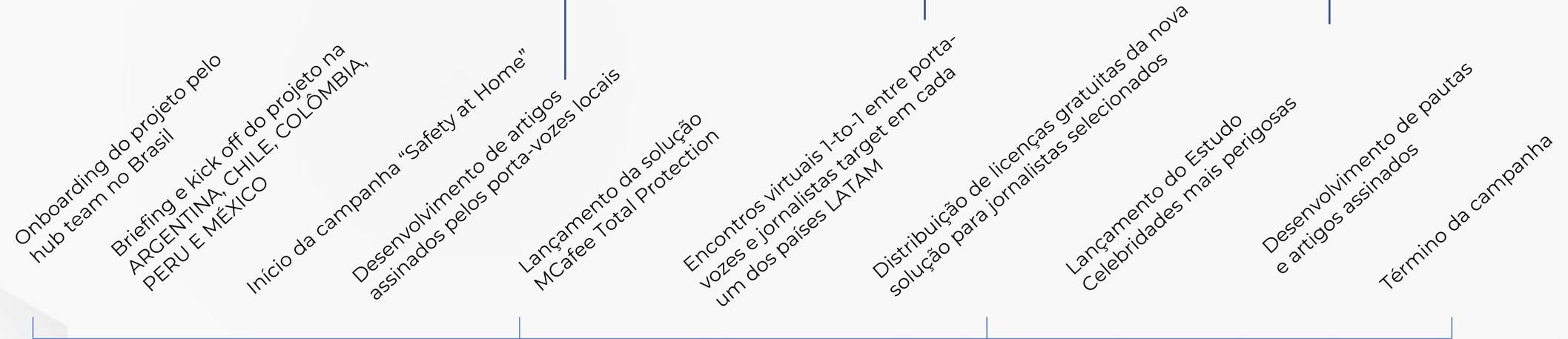
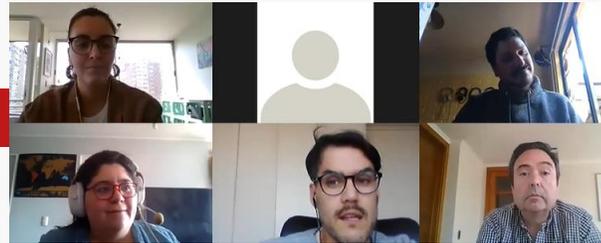
100%

Dos resultados exclusivos sobre o estudo

46%

dos resultados de imprensa alcançados na campanha toda vieram do estudo As Celebidades Mais Perigosas

# Linha do Tempo



DURANTE OS TRÊS MESES: DESENVOLVIMENTO DE PAUTAS/CONTEÚDOS SOBRE SEGURANÇA ALINHADAS A TEMAS LOCAIS;

# Resultados

Durante o programa de 3 meses, executado por uma equipe **de 7 profissionais experientes** - a maioria deles com mais de 25 anos de experiência em comunicação-, a VIANEWS foi capaz de alcançar excelentes resultados na mídia para a marca, incluindo **artigos nos veículos Tier 1 mais proeminentes na região**, de títulos nacionais aos focados em Tecnologia e Consumidor.

Entre os resultados estão um dos jornais de maior circulação nacional, Folha de S. Paulo; La Cuarta, no Chile; cobertura no Clarín Viva, Argentina; na Revista Canal TI, Peru; El Tiempo, Colômbia; eSemanal, México, entre muitos outros.

## 3 MESES DE CAMPANHA – BATENDO TODOS OS KPIs

**80% de mensagens-chave**

nos resultados de imprensa  
**KPI estabelecido pelo cliente: 60%**

**59% de Share of voice**

no período

**30 entrevistas**

de executivos da McAfee/  
comentários de executivos  
**KPI estabelecido pelo cliente: 14**

**70% dos resultados em Tier 1**

**300 publicações**

proativas na mídia  
**KPI estabelecido pelo cliente: 58**

**7**  
Profissionais de PR experientes nos países LATAM

## DESTAQUES NA MÍDIA

ClarínX

EL MERCURIO

EXTRA

cultura  
geek  
.com.ar

LA NACION

PlayKids

CNN

infobae

GLAMOUR

FOLHA DE S.PAULO

laSegunda



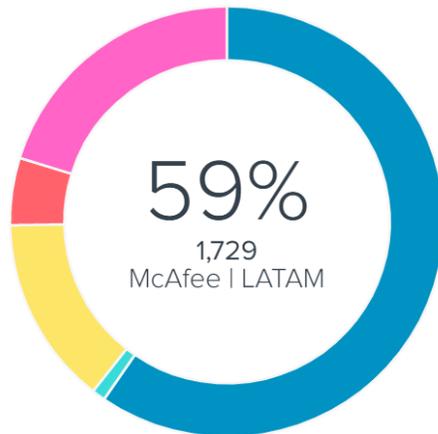
BLOG DO AMAURY JR.

RollingStone

almomento.MX

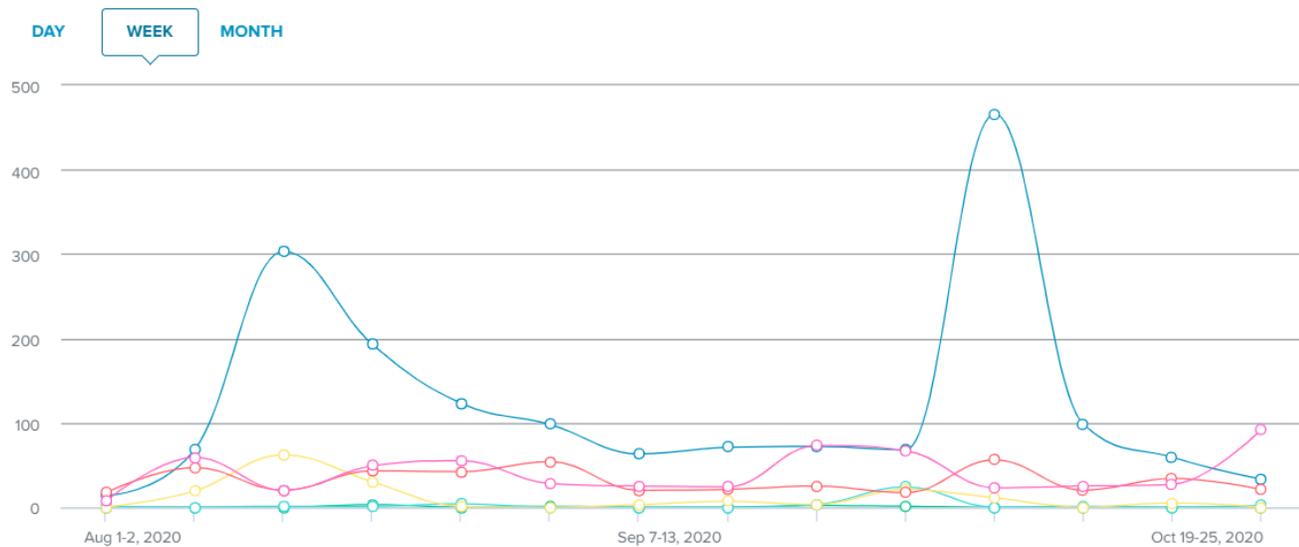
technocio

### SHARE OF VOICE COMPARISON



- McAfee | LATAM
- Norton | LATAM
- AVG | LATAM
- Trend Micro | LATAM
- Panda Security | LATAM
- Avast | LATAM

### SHARE OF VOICE OVER TIME



- McAfee | LATAM
- Norton | LATAM
- AVG | LATAM
- Panda Security | LATAM
- Trend Micro | LATAM
- Avast | LATAM

**McAfee apresentou share of voice de 59% no período da campanha de PR**

# Resultados

## DESTAQUES



Folha de S.Paulo  
Brasil

**FOLHA DE S.PAULO**  
celebridades  
**Anna Kendrick é a celebridade mais perigosa para se pesquisar na web em 2020**  
Pesquisa é feita há 14 anos por empresa de antivírus

La Nación  
Argentina

**LA NACION**  
BOOG  
Primeros a innovar. Únicos a implantar.  
Más de 30 mil de delitos en 3 meses

**Ataques hogareños: los argentinos recibieron más de 3 millones de ciberamenazas en sus casas, según un reporte de Movistar y McAfee**

11 de octubre de 2020 • 13:52

Con una mayor cantidad de equipos conectados en casa, la exposición a ciberamenazas y los ciberataques también creció a la par. Solo en septiembre, unas 3.097.766 de ciberamenazas afectaron a los hogares argentinos, de acuerdo a un reporte elaborado por la firma de seguridad informática McAfee para Movistar.

Tres analistas más de 643.000 routers del servicio Movistar Fibra en toda la Argentina. McAfee detectó que la actividad maliciosa se concentró en un 60 por

El Mercurio  
Chile

**SEGURIDAD DIGITAL**  
Ransomware, fraudes con deepfakes y ataques en la nube entre las amenazas que definirán 2020

Clarín Viva  
Argentina

**TECNO**  
MEJORNO SABER NADA DE JAUARIETS

**PROBANDO UNO, DOS, TRES**  
Reservados los derechos de todos los contenidos e imágenes que se publica en este sitio web. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

Canal TI  
Peru

**Canal TI**  
Máx alfa de las herramientas de control parental

**Internet seguro para los niños y adolescentes**

El uso de Internet por parte de los niños y adolescentes ha crecido exponencialmente en los últimos años. Esto ha generado preocupación por la seguridad de estos usuarios y la necesidad de implementar medidas de control parental.

El Tiempo  
Colômbia

**Tecnología**

**Así puede mantener seguro su celular de cualquier ataque**

Después de que explote todo su inventario hasta ver que envía mensajes pagos. Estas son las precauciones que debe tomar para mantener su privacidad.

Al Momento  
México

**Al Momento**  
NACIÓN COME CULTURA Y ENTRETENIMIENTO OPINIÓN CIENCIA Y SALUD ECONOMÍA MUNDO AGENCIA

**Importante proteger a los adultos mayores de ataques de ciberdelincentes**

Una Redacción EN - 26 agosto 2020 - El Al Momento Destacado Nacional - LA

BÚSQUEDA

El Liberal  
Colômbia

**El Liberal**  
NOTICIAS

**Colombia privilegiada para el uso de energía solar**

Colombia aún tiene cerca de 1.710 poblados sin acceso a electricidad.

¿Cómo detectar noticias falsas y desinformación en el feed de redes sociales?

## Legado da campanha para os consumidores da América Latina



A campanha de PR “Safety at Home” na América Latina, **auxiliou as pessoas num momento crítico e inesperado de suas vidas – o distanciamento social durante a pandemia** - , possibilitando que elas **agissem de forma mais segura** e consciente no desenvolvimento de suas atividades cotidianas: **protegendo toda a família** no ambiente virtual; **garantindo a segurança das crianças** ao navegar na internet ou participar de aulas online; usando a telemedicina ou fazendo home office de forma segura e **conhecendo os principais golpes** do momento.



A VIANEWS não poupou esforços para conseguir informações relevantes de diversas maneiras: vindas do McAfee Labs- o laboratório de inteligência de ameaças da empresa, estudos sobre ameaças, briefings com os porta-vozes locais, levantamentos com ganchos leves e intrigantes como o estudo das **Celebridades Mais Perigosas**.

Tudo para que o consumidor pudesse receber a melhor informação, com uma **linguagem de fácil compreensão**.



**O principal legado é a contribuição positiva que foi deixada na vida das pessoas** – que muitas vezes não têm nem o conhecimento mínimo sobre as ameaças do mundo online - e que a partir da campanha com foco informativo e educativo, puderam **ganhar conhecimento para proteger o que é importante**.

“ A VIANEWS é uma das melhores agências com quem já trabalhei. A equipe é incrível - responsiva, criativa e orientada para resultados. Temos muita sorte em trabalhar com eles. Agência fantástica!

---

**Michelle Spencer,**  
Diretora de PR, McAfee Consumer Worldwide

**MCAFEE:  
ENSINANDO PESSOAS  
A SE PROTEGEREM NO  
AMBIENTE ONLINE  
DURANTE A PANDEMIA**

**VIANEWS**  
LATAM COMMUNICATIONS AGENCY

**HOTWIRE**  
Ignite possibility