



Warner Bros. Pictures

EVIDÊNCIAS DO AMOR



CDN THE PR
POWER
HOUSE



Prêmio Jatobá 2024

Agência: CDN Comunicação

Cliente: Warner Bros. Pictures

Case: Lançamento do filme Evidências do Amor

Categoria: Assessoria de imprensa/Relacionamento com a mídia

cdn.com.br



Desafio



- Para lançar seu primeiro longa-metragem produzido e distribuído no país, **Evidências do Amor**, a **Warner Bros. Pictures Brasil** convocou a equipe da CDN para, em conjunto com seu time de Comunicação, traçar uma estratégia que atingisse um público abrangente e diverso por meio das mídias tradicionais e sociais.
- Diversas ações de comunicação foram pensadas e executadas, entre elas **visita ao set, entrevistas exclusivas, gravação de mensagens com o elenco personalizadas para diferentes veículos e perfis selecionados nas redes sociais e eventos em diferentes formatos**. Além de uma diversidade de releases sobre início das filmagens, lançamento de pôster, de videocliques e até uma esquete com o Chitãozinho e Xororó.
- Como resultado, quase **duas mil publicações na imprensa** somaram mais de **R\$ 250 milhões em earned media**. E o alcance potencial nas **redes sociais** foi de **16 milhões de pessoas**.



Objetivos



- **Amplificar a exposição do filme Evidências do Amor** e de seus protagonistas, Sandy Leah e Fabio Porchat, nas principais plataformas de comunicação – TVs, veículos impressos, rádio, internet, mídias sociais e fã clubes – durante toda a produção do longa, por meio de ações de PR.
- Engajar a imprensa e influenciadores, **de forma orgânica**, na divulgação da estreia do filme.
- Planejar, organizar, acompanhar e divulgar **todo o fluxo do longa-metragem** – ações com a imprensa, com influenciadores, entrevistas, pré-estreias, tapetes vermelhos e pós-lançamento.
- Por meio da estratégia de comunicação, envolver veículos e perfis que alcançassem um **público para além dos fãs de cinema** ou dos protagonistas do filme.



Ações



- Convite ao **Fantástico**, **Folha de S.Paulo** e revista **GQ** para visitarem o set durante as filmagens.
- Entrevistas exclusivas antecipadas para os programas de TV **Chega Mais**, do SBT, **Melhor da Noite**, da Band, os portais **UOL** e **Omelete**, e o canal do Youtube **Falando de Nada**.
- Gravação de mensagens com o elenco para os portais **Papel Pop**, **AdoroCinema**, **Quem**, **GShow**, **Popline** e o perfil de criador de conteúdo **Hugo Gloss**.
- Press day com a presença de **O Globo**, **AdoroCinema**, **Estadão**, **Capricho**, **Veja**, **Terra**, **CinePOP**, **Papel Pop** e **Entre Migas**.
- Negociação para criação de “notícias fake” com **Hugo Gloss**, **BuzzFeed**, **CinePOP**, **CNN Brasil** e **Gina Indelicada** sobre o suposto sucesso do filme para utilização no próprio filme.



Ações



- Evento no estilo “**meet & greet**” para os **influenciadores** Marcelo Rogério | **Pop Creature, Federico Devito, Fernanda Tumas**, Kainan Medeiros | **Team Comics**, Ângelo Cruz | **Web Cinéfilos, Gabriel Simas, Natiare Azevedo** e Leandro Perez e Diogo Mattos | **Sabe Aquela Cena**, que juntos somam **mais de 2,3 milhões de seguidores nas redes sociais**.
- **Pré-estreias em São Paulo e Rio de Janeiro**, com direito à participação do elenco no **tapete vermelho**. Além dos protagonistas e do diretor Pedro Antônio Paes, estiveram presentes convidados como Chitãozinho & Xororó, Dani Calabresa, Pitty, Noely, Lucas Lima, Lazaro Ramos, Gabriela Prioli e Thiago Mansur, Ingrid Guimarães, entre outros. Os eventos reuniram importantes veículos de imprensa: **AGNews, BrazilNews, AhShow!, Kiss FM, revista Portfolio Brasil, rádio CBN Campinas, RedeTV / Leitura Dinâmica, Exame POP, portal R7, Insider Warner, Jovem Pan, 1 Livro 1 Disco 1 Filme, CNN Brasil, TV Fama e GShow**.



Big numbers*



1.920

matérias

publicadas /
veiculadas

R\$ 250

milhões

em *earned media*

16 milhões

de pessoas

potencialmente impactadas
nas redes sociais

CDN

Warner Bros. Pictures

**Estimativas fornecidas pela Sinopress (imprensa) e FTW (redes sociais)*



Resultados pré-lançamento

Set visit + conteúdos especiais





Resultados lançamento



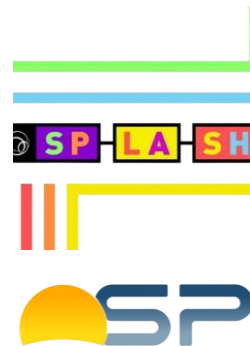
Entrevistas exclusivas

CDN

Warner Bros. Pictures



omelete





Resultados lançamento

Press day



CDN

Warner Bros. Pictures





Resultados lançamento

Meet & greet com influenciadores



Marcelo Rogério
468K TikTok
[Link](#)



Federico Devito
549K IG
[Link](#)



Web Cinéfilos
360K IG
[Link](#)



Fernanda Tumas
282K IG
[Link](#)



Team Comics
250K IG
[Link](#)



Resultados lançamento

Pré-estreias SP e RJ



CDN

Warner Bros. Pictures

31 anos
CBN
Campinas
99.1 FM

CNN
BRASIL

AHSHOW!

R7

exame.

P



LEITURA
dinâmica

1 LIVRO
DISCO
FILME



POPline



Gshow



CDN THE PR
POWER
HOUSE

