

PRÊMIO  
JATOBÁ  
2025



The Weber  
Shandwick  
Collective



max ORIGINAL

BEZEZA FATAL



WARNER BROS.  
DISCOVERY

O *BRASIL*  
VIROU  
*ZOLOVER*:

como a primeira novela da  
Max conquistou o país.

*Categoria*

Grande agência  
Comunicação Integrada

As novelas, há mais de 70 anos, são um marco no entretenimento brasileiro, refletindo e influenciando a sociedade ao criar tendências e moldar comportamentos. Com o avanço do streaming, a audiência da TV aberta caiu, especialmente entre jovens, que preferem tramas dinâmicas e temporadas curtas.

**FOI NESSE CENÁRIO  
DESAFIADOR QUE A MAX  
LANÇOU SUA PRIMEIRA  
TELENOVELA ORIGINAL  
BRASILEIRA.**

Enfrentamos dois objetivos estratégicos: conquistar um público acostumado ao modelo tradicional da TV aberta e, ao mesmo tempo, atrair uma nova audiência formada por jovens adaptados ao ritmo diferente das séries e do streaming. Precisávamos gerar desejo e conversa em um território cultural profundamente enraizado.

A **Max** é a plataforma de streaming global da Warner Bros. Discovery, destino para marcas de entretenimento prestigiadas como HBO, Warner Bros., Max Originals, entre outras.

# CONTEXTO



Durante o processo de planejamento, nos deparamos por diversas vezes com o mesmo questionamento:

COMO TRANSFORMAR UMA  
TELENOVELA LANÇADA  
FORA DA TV ABERTA EM  
UM FENÔMENO POPULAR?



## OBJETIVOS

- Posicionar a Max como um novo player relevante no nicho de novelas;
- Conquistar audiências distintas: o público tradicional e os jovens do streaming;
- Gerar desejo e conversa em múltiplas plataformas;
- Estimular a imprensa e formadores de opinião a adotar a trama como referência pop;
- Influenciar diretamente os resultados da plataforma **Max** com aumento de visualizações e notoriedade.

## ESTRATÉGIA

# BELEZA FATAL FOI MUITO MAIS DO QUE O LANÇAMENTO DE UMA NOVELA.

Foi a construção de um novo capítulo na história do streaming no Brasil, e este case prova como PR integrado pode se tornar protagonista na geração de valor de negócios, cultura e audiência.

Desenhamos uma operação de **PR 360°** que acompanhou todas as fases do projeto, do anúncio à estreia e sustentação, transformando BELEZA FATAL em assunto recorrente na mídia, nas redes sociais e na boca do povo. Nos apoiamos em alguns pilares para direcionar o trabalho de acordo com os objetivos alinhados com o cliente.

### RELEVÂNCIA CULTURAL

Posicionar a Warner Bros. Discovery como um novo e relevante player no nicho de telenovelas no streaming.

### CONTEÚDO RELEVANTE

Atuar em temas relevantes no contexto da diversidade, das realidades sociais e da indústria da beleza, que estão muito presentes na nova telenovela nacional e original da Max.

### ALTA QUALIDADE

Destacar os grandes nomes do elenco, já conhecidos do público, assim como o alto valor de produção, para gerar awareness para o título e para a plataforma Max.



## ESTRATÉGIA

# PRÉ-LANÇAMENTO

Para a primeira fase, o foco foi gerar antecipação e curiosidade. Ativamos **10 entrevistas de long lead** com elenco e executivos, garantindo presença em veículos de prestígio e resultando em **duas capas das revistas femininas Bazaar e Vogue**, além de **matéria de destaque na revista Exame**, entre outros.

Adotamos uma estratégia de escalonamento de anúncios, primeiro o mês de lançamento e depois a data oficial, por exemplo, para manter o título em pauta. Negociamos com perfis de imprensa em redes sociais as divulgações em primeira-mão de **seis assets, incluindo o pôster oficial, teasers e trailer**. Essa tática gerou uma onda crescente de buzz e impulsionou a presença orgânica da obra na mídia.

# ESTRATÉGIA

## LANÇAMENTO

Para o lançamento, buscávamos maximizar a visibilidade de Beleza Fatal. Para isso, promovemos:

10  
vídeos exclusivos

com apresentação de personagens e making of. Reunimos talentos, executivos, imprensa e influenciadores em uma grande coletiva de imprensa, que contou com a participação de

170  
pessoas

sendo 95 presencialmente e 75 virtualmente, de outros estados brasileiros e da América Latina.

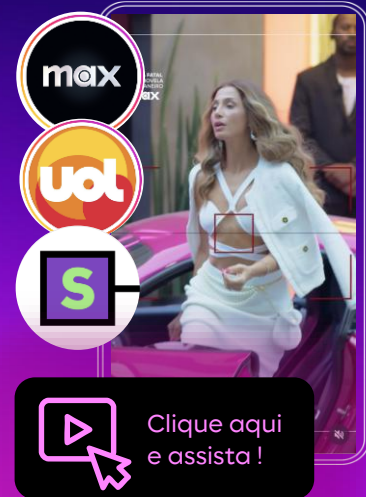
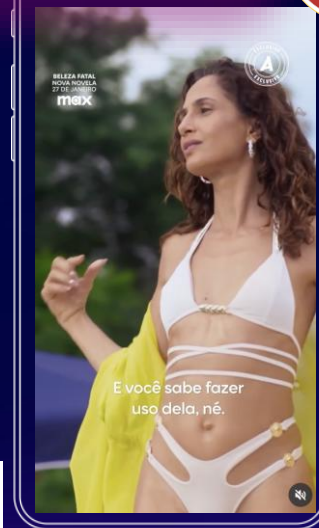
15  
entrevistas

durante a Press Junket, foi híbrida (presencial e virtual), para garantir ampla exposição em um curto espaço de tempo, com mensagens alinhadas, e em canais de diferentes perfis.

135  
Jornalistas e influenciadores

na estreia no Theatro Municipal de São Paulo, com direito a tapete vermelho e cobertura ao vivo.

Prêmio Jabotá 2025 - BEZEZA FATAL - O Brasil virou Lolover



## ESTRATÉGIA

# SUSTENTAÇÃO

Com a novela no ar, nossa missão foi manter a trama viva na conversa pública semana após semana.

Nesta fase de sustentação, trabalhamos com veículos e creators selecionados para o envio antecipado de episódios (screeners), e semanalmente antes de novos episódios irem ao ar, enviávamos sugestões de spoilers e peças promocionais exclusivas sob embargo, além de sinopses dos próximos capítulos. Esses insumos se tornaram matéria-prima recorrente para a imprensa especializada e colunistas de TV.



omelete



meio&mensagem

### A estratégia de Beleza Fatal: o conceito de novelão no streaming

Primeira novela brasileira original da Max chegou ao último capítulo com cinco marcas e o desejo de fazer jus ao gênero e propor uma "novela escandalosa"

Na última sexta-feira, 21, o público acompanhou a transmissão do último capítulo de *Beleza Fatal*, primeira novela original brasileira produzida pela Max, plataforma de streaming da Warner Bros. Discovery. O melodrama, que estreou em janeiro, foi bem recebido pela audiência.



Em Beleza Fatal, Camila Pitanga vive a vilã Lola (Crédito: Reprodução)



Play

Por Anna Luiza Santiago

### 'Beleza fatal': Lola vai cometer novo assassinato. Saiba quem será a vítima

08/02/2023 04H00 - Atualizado há 4 semanas



Lola (Camila Pitanga) cometerá assassinato em 'Beleza Fatal' — Foto: Divulgação/Max

# RESULTADOS

## O BRASIL VIROU LOLOVER

Jornais, revistas, colunistas de TV e usuários de redes sociais criaram juntos um buzz que elevou Lola de mera vilã a fenômeno de mídia e ícone pop. E, com a estratégia, Beleza Fatal se tornou a obra mais assistida da Max desde o seu lançamento no Brasil, em fevereiro de 2024.

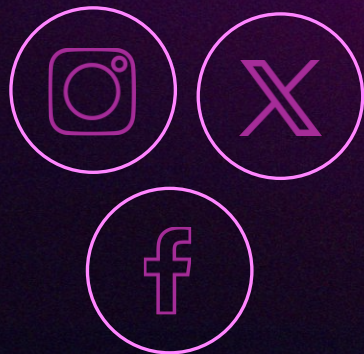


4.685  
matérias

+31,2 bilhões  
de alcance potencial

R\$250,2 milhões  
de Ad Value

ROI:11.539%



4.700  
publicações

2,26 bilhões  
de alcance potencial

R\$86,6 milhões  
de social media value





max ORIGINAL

# BELEZA FATAL

OBRIGAD\_!



WARNER BROS.  
DISCOVERY



The Weber  
Shandwick  
Collective