Budweiser, Itaú Unibanco e 30e criam experiência exclusiva para fãs com as Pussycat Dolls

Abrindo a passagem do trio pelo Brasil, que terá seu único show no país em 30 de outubro, no Estádio do Palmeiras, as marcas se unem para promover uma apresentação intimista no Tokio Marine Hall, no dia 31 de outubro, exclusiva para fãs selecionados por meio da plataforma Budweiser Fã Captcha, com um dia de acesso antecipado à seleção para clientes do banco



Ser fã de verdade é saber aquela música lado B, reconhecer uma canção pela primeira nota e acompanhar cada detalhe da carreira do seu ídolo. Agora, esse conhecimento pode valer um ingresso gratuito para a performance intimista que as **Pussycat Dolls** farão no **Tokio Marine Hall** , em uma ação de **Budweiser, Itaú Unibanco**, por meio de sua plataforma de música **Itaú Live**, e **30e,** maior companhia brasileira de entretenimento ao vivo. Por meio do Budweiser **Fã Captcha**, o fã que responder ao questionário sobre o grupo concorrerá a uma entrada para essa experiência exclusiva, que ocorrerá no dia **31 de outubro**, um dia depois da apresentação de **Nicole Scherzinger, Ashley Roberts e Kimberly Wyatt** em São Paulo com a **"PCD Forever Tour"**, no Estádio do Palmeiras. Clientes Itaú terão acesso antecipado ao *quizz* em **15 de outubro**, pelo site de Budweiser

(acesse aqui), e também poderão participar em **16 de outubro**, quando a seleção será aberta ao público geral. Os vencedores serão comunicados **até 26 de outubro por e-mail ou telefone**. Não haverá venda de ingressos. Todas as entradas serão por meio da ferramenta, de acordo com as respostas no quizz.

O Budweiser Fã Captcha é uma iniciativa da marca de cerveja para shows em que assina como cerveja oficial nos projetos da **30e**. O objetivo da plataforma é transformar o tradicional mecanismo usado para diferenciar humanos de robôs em um desafio de identificação dos fãs de verdade, dando a eles a chance de viver seus shows favoritos bem de perto. Nos desafios, ao invés de selecionar imagens de semáforos, hidrantes ou bicicletas para provar que não é um robô, o participante responderá a questões relacionadas ao universo das artistas. Os mais bem ranqueados poderão garantir um par de entradas, disponibilizadas exclusivamente pelas marcas conforme a mecânica e as condições* de ação. Para participar, é necessário realizar o cadastro no site do Fã Captcha (acesse aqui). Após esse processo, basta aguardar o resultado para saber se está entre os melhores colocados.

Para a 30e, o Budweiser Fã Captcha materializa o conceito de *Delivering Happiness*, que coloca o fã no centro da construção das experiências da companhia. Nesta ação, aquilo que ele sabe e acompanhou sobre as Pussycat Dolls se transforma na porta de entrada para um show exclusivo do grupo. “Uma experiência como essa ganha outro significado porque reconhece uma relação que já existe entre o fã e o artista. É um acesso que não está à venda, mas que nasce desse vínculo construído ao longo do tempo. É esse olhar, atento ao que importa para o fã, que orienta o nosso *Delivering Happiness*”, afirma Carol Pascoal, VP de Marketing e Comunicação da 30e.

“Budweiser é a cerveja dos ídolos e dos fãs, e o Fã Captcha é a materialização desse papel. Pensando nas dificuldades que os fãs passam para conseguir ingressos para os shows de seus ídolos, criamos esse projeto único que transforma o conhecimento que o público tem dos seus artistas favoritos em acesso para os maiores shows do Brasil, garantindo que quem acompanha, conhece e vive essa paixão de verdade possa estar cada vez mais perto dos seus ídolos. E o pocket show exclusivo das Pussycat Dolls é mais uma iniciativa dentro desse projeto, pensada para criar momentos lendários que só Bud poderia proporcionar aos fãs de verdade”, afirma Mariana Santos, diretora de marketing de Budweiser no Brasil.

A ação é uma das primeiras experiências exclusivas vinculadas aos shows anunciados pelo Itaú Live. A iniciativa conecta a proposta da plataforma de acompanhar a jornada do fã

e proporcionar encontros com seus artistas favoritos ao Budweiser Fã Captcha, que transforma o conhecimento sobre os ídolos em oportunidade de acesso aos shows. Criado pelas três marcas, o evento celebra a conexão construída entre as *dolls* e seus fãs brasileiros.

"Desde o lançamento do Itaú Live, buscamos acompanhar toda a jornada do fã, com benefícios que ampliam o acesso aos shows e experiências que aproximam o público dos artistas. No show das Pussycat Dolls, essa proposta começou com a pré-venda exclusiva e condições especiais para clientes. Agora, em parceria com a Budweiser e a 30e, damos continuidade a essa jornada com uma apresentação gratuita, sem venda de ingressos, pensada para aproximar ainda mais os fãs do trio. É uma iniciativa inédita para a plataforma e uma das primeiras experiências exclusivas vinculadas às turnês já anunciadas. Com acesso antecipado ao processo de seleção para nossos clientes, oferecemos mais uma chance de viver momentos únicos e estar ainda mais perto de seus ídolos", afirma Rodrigo Montesano, superintendente de Experiência e Conexões de Marca do Itaú Unibanco.

O show das Pussycat Dolls marca o retorno do grupo aos palcos e celebra os 20 anos de *PCD*, álbum que o transformou em um dos maiores nomes do pop dos anos 2000. Além de músicas da fase atual, a turnê reúne sucessos como "Don't Cha", "Buttons", "When I Grow Up", "Beep", "I Hate This Part" e "Stickwitu". Os últimos ingressos para o show do dia 30 de outubro, no Estádio do Palmeiras estão à venda pela Eventim. A passagem do grupo pelo Brasil é uma realização pela 30e, com apresentação de Itaú Live, plataforma proprietária de música do Itaú Unibanco, e tem Budweiser como cerveja oficial.

SERVIÇO
Show Pussycat Dolls no Tokio Marine Hall
Realização: Budweiser, Itaú Live e 30e
Data: 31 de outubro de 2026

Não é necessário comprar para participar.
Participação válida para maiores de 18 anos, domiciliados em território nacional, com participação iniciando exclusivamente durante os dias 15/10/2026 para clientes Itaú e 16/10/2026 para o público geral entre às 14h e 23h59min (horário de Brasília).
Antes de participar, leia o regulamento no site www.budweiser.com.br/facaptcha.
Certificado de Autorização SPA/MF N.º: 03.053202/2026.

*O participante selecionado deve ter disponibilidade para usufruir o prêmio na data definida pela Empresa Promotora, sob pena de desclassificação.

Sobre a Ambev

Sonhamos grande por um futuro com mais brindes. Esse é o nosso propósito. Mais do que uma empresa brasileira com operações em 18 países, somos uma companhia com um portfólio diversificado que ajuda a conectar pessoas e impulsiona o crescimento em todo o ecossistema. Isso inclui iniciativas como o BEES, nossa plataforma projetada para parceiros do varejo, e o Zé Delivery, um aplicativo de entrega de bebidas disponível em mais de 850 cidades.

No Brasil, temos uma equipe de mais de 24 mil pessoas que compartilham a paixão por produzir bebidas e por fazer parte dos momentos de celebração e conexão que mais importam aos brasileiros. Nossa cultura incentiva a experimentação, a inovação e o desenvolvimento de soluções que geram valor para consumidores, clientes e parceiros. Estamos comprometidos em construir marcas que resistam ao teste do tempo e em produzir bebidas com os mais altos padrões de qualidade e excelência. Acreditamos que a cerveja deve ser apreciada com responsabilidade, e é por isso que promovemos o consumo responsável por meio de iniciativas, parcerias e campanhas baseadas em evidências. Também trabalhamos para oferecer aos consumidores opções equilibradas para diferentes ocasiões e estilos de vida, expandindo nosso portfólio e investindo em soluções que atendam às diversas preferências e momentos de consumo dos brasileiros.

Sobre o Itaú Live

Itaú Live é a plataforma proprietária de música do Itaú Unibanco, criada para conectar fãs, artistas e experiências ao vivo em uma estratégia de relacionamento de longo prazo. A iniciativa potencializa toda a atuação do banco nesse território, reunindo shows, festivais e conteúdo.

Entre os pilares da plataforma está a parceria estratégica de cinco anos com a 30e, maior companhia brasileira de entretenimento ao vivo, que garante escala e recorrência de shows e turnês em todo o país. Ao colocar o fã no centro da jornada, o Itaú Live transforma a música em um ecossistema de conexão, oferecendo condições especiais de compra, descontos, parcelamento sem juros e experiências exclusivas que ampliam o acesso e qualificam a vivência nos eventos.

site: https://www.itau.com.br/itau-live

SOBRE A 30e

A 30e é a maior e a mais relevante companhia brasileira de entretenimento ao vivo. Com a missão de entregar felicidade e criar memórias inesquecíveis, a empresa tem a inovação, a excelência e as pessoas no centro de tudo o que faz. E, desta forma, a 30e ganhou reconhecimento global como a nova geração do setor. A companhia construiu credibilidade junto ao mercado e ganhou a confiança dos artistas internacionais e nacionais, além dos fãs de música. Já realizou shows de Paul McCartney, System of a Down, Lana Del Rey, Twenty One Pilots, Florence and the Machine, Kendrick Lamar, Slipknot, Gorillaz, The Killers, Roger Waters e Bring Me The Horizon no país. Como uma empresa 100% brasileira, a 30e tem as credenciais necessárias para dimensionar os artistas nacionais e idealizou tours que transformaram a perspectiva do showbiz no Brasil. A turnê Titãs Encontro, a SUPERTURNÊ do Jão, a despedida do Natiruts dos palcos e, agora, a última turnê de Gilberto Gil, TEMPO REI, são exemplos disso. A companhia realiza mais de 200 eventos por ano e tem a projeção de impactar 4 milhões de pessoas em 2025 — sempre desenvolvendo o seu posicionamento de “Delivering Happiness”.