

# Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

---

BLANCO

1

## RELATO 1

**Licitante:** Blanco Lima Comunicação e Marketing Ltda

**Cliente/Produto:** Câmara Municipal de Francisco Beltrão

**Título:** A decisão começa por você!

**Data de produção:** junho de 2025

**Veiculação:** a partir de junho de 2025

**Distribuição:** RPCTV, TV Beltrão, Ação TV e redes sociais (Instagram, Facebook e YouTube).

### O Cenário

A baixa participação popular enfraquece a democracia, permitindo que projetos sejam aprovados sem debate e sem refletir os reais interesses da comunidade. Isso favorece práticas como o clientelismo e pode resultar em políticas públicas falhas ou desconectadas das necessidades da população

Esse desinteresse é causado por fatores como desinformação, baixa transparência, desconfiança nos políticos e dificuldade de acesso às sessões legislativas. Sem a presença e cobrança dos cidadãos, os vereadores tendem a se afastar da população e priorizar interesses pessoais ou de grupos específicos, comprometendo a representatividade e a boa gestão dos recursos públicos, especialmente em áreas como saúde e educação.

### A Solução

Para mudar esse cenário, é fundamental investir em campanhas de educação política, aumentar a transparência com a divulgação de atas e sessões online, e criar oportunidades de aproximação entre Câmara e comunidade, como audiências públicas e eventos locais. A participação ativa dos cidadãos é essencial para garantir uma gestão mais justa, eficiente e democrática. A agência planejou e iniciou sua comunicação em janeiro de 2025 com diversas campanhas e ações para que o cidadão estivesse mais presente nas decisões e no cotidiano da Câmara.

Uma das principais iniciativas foi a criação de uma campanha institucional com pessoas locais, que são cidadãos, convidando a população a participar ativamente das ações e dos trabalhos dos vereadores. Esses porta-vozes utilizaram uma linguagem acessível e empática para estimular o envio de sugestões, críticas e ideias que refletissem as reais necessidades da comunidade.



## Resultado

As campanhas geraram impacto imediato e mensurável: em janeiro/2025 o Instagram tinha aproximadamente 1.300 seguidores e no último levantamento em julho/2025 alcançamos 4.083 seguidores, o número pessoas acompanhando a Câmara aumentou em 214,08%, demonstrando que o uso de linguagem acessível e rostos familiares gerou identificação e confiança.

Além disso, mais de 300 sugestões populares foram enviadas via plataforma digital da campanha, e diversas delas pautaram discussões em plenário. A participação em audiências públicas também dobrou em relação ao ano anterior.

Com esses avanços, a Câmara de Francisco Beltrão passou a ser reconhecida e ter mais participação entre adultos e jovens, reforçando a importância de aproximar o cidadão da política local como ferramenta de transformação real.

## Peças

**1. Anúncio de jornal 13x17cm:** neste anúncio utilizamos a personagem principal, uma jovem, ela sendo a cara da campanha traz a mensagem principal "A sua voz faz toda a diferença" também direcionando para um QR Code.

**2. Banner web 1170x250px:** os banners foram veiculados em portais de notícias da região, com o objetivo de direcionar o público para o link de sugestões.

**3. Post 1080x1350px:** incentivar a população a enviar sua sugestão para que seja debatida pelos vereadores. Essa peça foi veiculada nas redes sociais e impulsionada.

**4. Filme de 30":** neste filme trouxemos a população falando sobre suas sugestões, o objetivo é mostrar que o beltronense está participando e que os demais também devem. O filme foi veiculado na TV e no YouTube.

**5. Spot de 30":** o spot teve o objetivo de alcançar aqueles que optam por esse meio de comunicação, fazendo com que a campanha seja multicanal.

**Peças digitais disponíveis no pen drive, pasta relatos.**

## Referendo do cliente



Documento assinado digitalmente

THIAGO HENRIQUE FERRI PEREIRA

Data: 04/08/2025 16:26:00-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Câmara Municipal de Francisco Beltrão  
Thiago Pereira  
Assessor de Imprensa

## RELATO 2

**Licitante:** Blanco Lima Comunicação e Marketing Ltda

**Cliente/Produto:** Pajolla Mídia OOH

**Título:** Lançamento de espaços publicitário no Aeroporto de Cascavel

**Data de produção:** fevereiro a abril de de 2025

**Veiculação:** abril de 2025 até o momento

**Distribuição:** Convidados exclusivos do cliente, redes sociais e Aeroporto de Cascavel

### O Cenário

Em dezembro de 2024, a Pajolla Mídia OOH deu um passo importante em sua trajetória ao vencer a licitação para a exploração comercial dos espaços publicitários do Aeroporto de Cascavel, um dos mais estratégicos da região Sul. Essa conquista ampliou não só a presença da marca, como também sua responsabilidade em transformar esse novo território em um palco de oportunidades para anunciantes exigentes e visionários.

O próximo passo era claro: atrair a atenção das maiores agências e empresas da região, mostrando que o aeroporto era mais do que um ponto de passagem, era um espaço premium de visibilidade de marca. O desafio, então, era criar uma campanha que combinasse criatividade, sofisticação e impacto, gerando desejo e valor percebido

Foi aí que a Pajolla confiou à nossa equipe a missão de materializar essa ideia em uma experiência memorável.

### A Solução

Desenvolvemos uma peça que fosse mais do que informativa, fosse sensorial. Começamos com uma aquarela exclusiva, criada por uma artista local, que deu um toque artístico, elegante e regional ao convite, conectando o projeto à cidade de Cascavel de forma autêntica e afetiva.

Para evocar sofisticação e surpresa, usamos papéis especiais com textura diferenciada, estimulando o tato e despertando a atenção já no primeiro contato com o material. Dentro do convite, a experiência ganhava forma: um molesquine em formato de passaporte, acompanhado de uma passagem aérea simbólica, convidando o receptor a literalmente embarcar nesse novo momento da Pajolla. Um toque final exclusivo: uma tag de mala personalizada, reforçando a ideia de movimento, viagem e exclusividade.

Como complemento, desenvolvemos um portfólio personalizado com a marca do cliente que foi entregue no momento da visita.

### Resultado

O evento, realizado ao longo de três dias de visitas guiadas ao Aeroporto de Cascavel, foi um verdadeiro sucesso. Com mais de 60 empresas presentes, o encontro proporcionou networking de alto nível, ativações



presenciais e apresentações personalizadas dos espaços disponíveis.

Mais do que gerar visibilidade, a campanha converteu. Até o momento, seis contratos já foram fechados, com condições especiais oferecidas durante o evento, totalizando mais de 1 milhão de reais em retorno direto, sem contar as negociações ainda em andamento.

O convite transformou-se em ponto de conversa. O portfólio virou ferramenta de convencimento. E o evento, em uma ponte estratégica entre oportunidade e resultado.

Com esse projeto, a Pajolla Mídia OOH reafirma seu diferencial: soluções personalizadas, criativas e eficazes em mídia exterior, com acompanhamento próximo e resultados tangíveis.

## Peças

**1. Convite exclusivo para os clientes 17,5x22,5cm:** convite produzido em papel especial e com acabamentos elegantes, o objetivo foi convidar um público seleto de stakeholders que pudessem se interessar em divulgar no aeroporto.

**2. Portfólio personalizado de produtos A4: o portfólio foi criado com a mesma temática e personalizado com a marca de cada cliente,** gerando reconhecimento e agregando valor aos produtos ofertados.

**3. Folder com um vinco 16x29,7cm:** folder destinado a comunicação mais simples e com menor custo, valorizando os números mais importantes para quem busca anunciar no aeroporto de Cascavel.

**4. Post Carrossel 1080x1350px:** conteúdo destinado as redes sociais da empresa, o objetivo foi mostrar que grandes marcas estão anunciando em aeroportos e que isso pode estar inserido nas estratégias de marketing das empresas

**5. Filme para o circuito digital do Aeroporto de Cascavel:** este filme foi feito para ser veiculado durante a visita no Aeroporto e posterior a isso, o objetivo é mostrar os diversos pontos que a Pajolla tem.

**Peças digitais disponíveis no pen drive**

## Referendo do cliente



Documento assinado digitalmente

MARILIA CLEMENTE

Data: 02/07/2025 12:43:36-0300

Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Pajolla Mídia OOH  
Marília Clemente  
Gerente Comercial



Foz do Iguaçu, 06 de agosto de 2025

*Elvis Cândido Lima*

Blanco Lima Comunicação e Marketing Ltda  
Elvis Cândido Lima  
CPF nº 394.149.149-00  
Representante Legal



**Inspiração  
em cada  
página,  
inovação em  
cada ideia.**



Rua Presidente  
Kennedy, 2802.  
Coqueiral  
85807-080  
Cascavel/PR



45 3035 3391  
45 9 9900 3601



[www.blancolima.com.br](http://www.blancolima.com.br)  
f @agenciablancolima  
@agenciablancolima





# Relatos

Soluções de Problemas de Comunicação

Relatos





BLANCOLIMA  
comunicação & marketing



# A sua voz faz toda a diferença.

Envie a sua  
sugestão de  
pauta e ajude  
a construir a  
cidade que  
você quer.



Aponte a câmera do seu  
celular para o QR Code e  
dê a sua sugestão.



**CÂMARA DE VEREADORES  
FRANCISCO BELTRÃO**  
NOSSO COMPROMISSO É TRABALHAR POR VOCÊ!

SIGA O  
**@CAMARABELTRAO**  
 

Handwritten notes and signatures in blue ink at the bottom left of the page.



"Falei sobre as estradas rurais.  
Toda ideia pode virar ação."

Clique aqui



Envie a sua sugestão de  
pauta e ajude a construir a  
cidade que você quer.



CÂMARA DE VEREADORES  
FRANCISCO BELTRÃO  
Nossos Compromisso é Trabalhar por Você

Handwritten signature in blue ink.



**Que assunto  
você gostaria  
de ver sendo  
debatido pelos  
vereadores?**

**Clique aqui** 

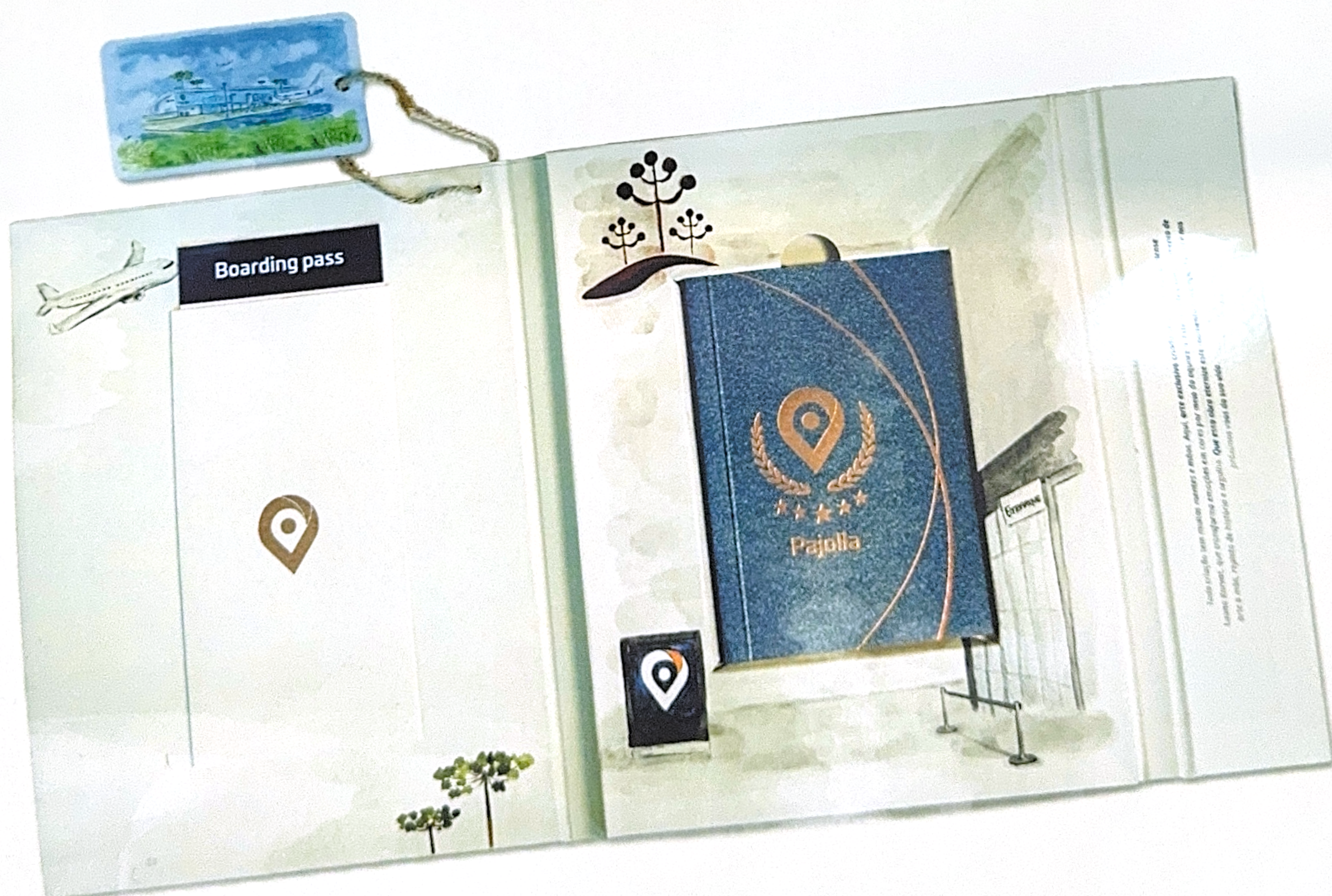
**E envie a sua sugestão de  
pauta e ajude a construir a  
cidade que você quer.**



**CÂMARA DE VEREADORES  
FRANCISCO BELTRÃO**  
NOSSO COMPROMISSO É TRABALHAR POR VOCÊ!

*Handwritten signatures and notes in blue ink at the bottom left corner.*

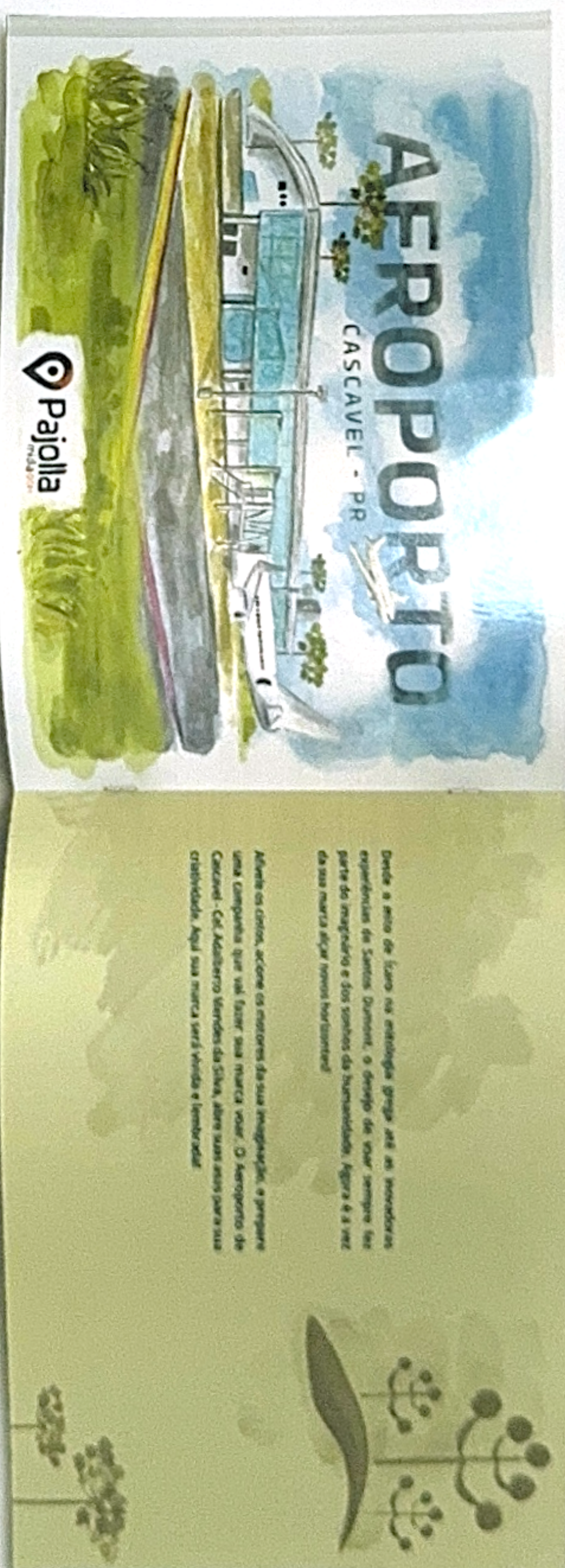
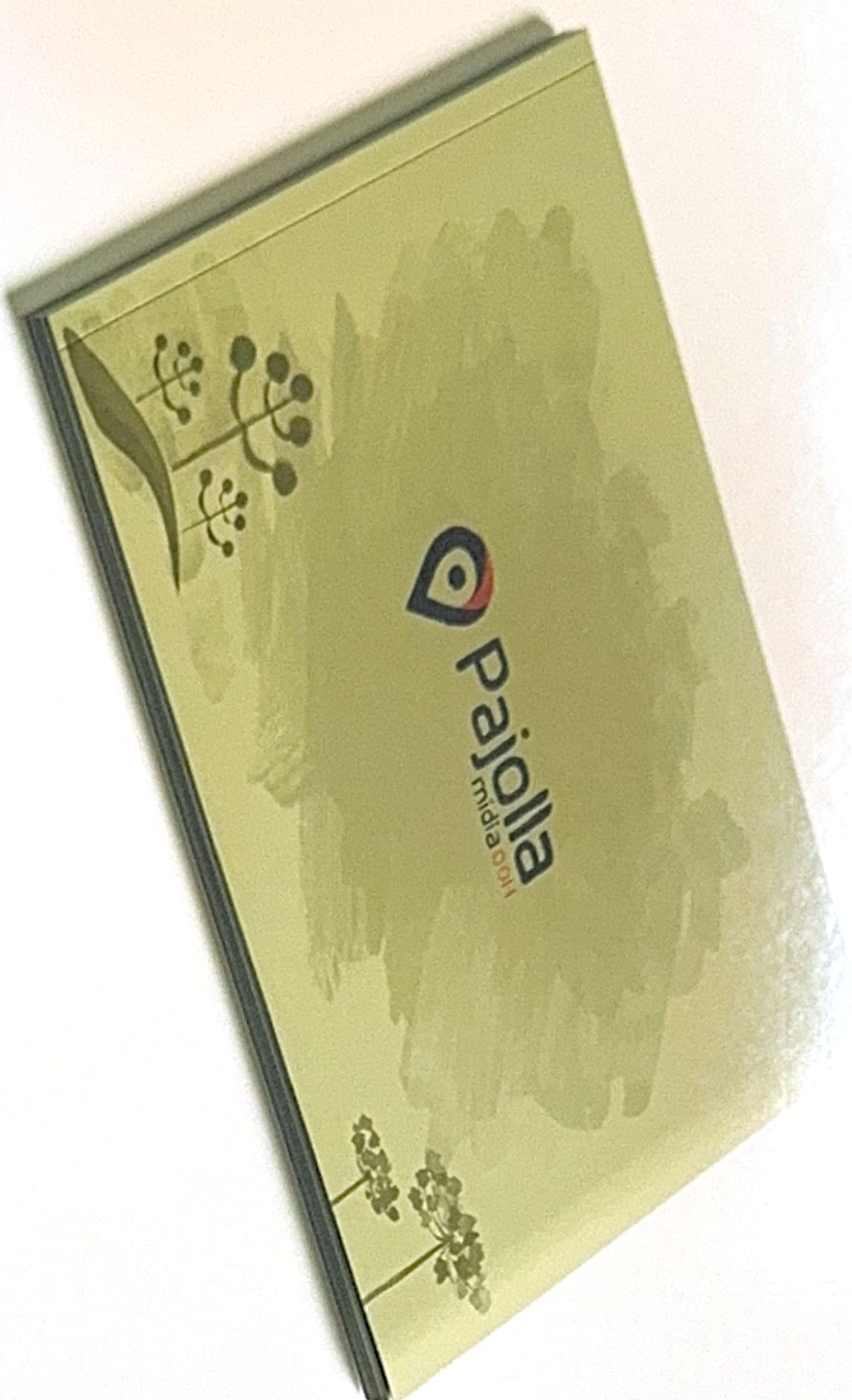




12-13

Handwritten signatures and marks.











CONFIRA →

## PUBLICIDADE EM AEROPORTOS QUE GANHARAM DESTAQUE NO MUNDO TODO

Inovação, experiência e criatividade onde ninguém desliga os olhos: no embarque!

Aeropostos são espaços estratégicos: concentram atenção, tempo ocioso e um público qualificado.

Marcas que entenderam isso voaram mais alto com campanhas memoráveis.

**Gucci – Los Angeles, EUA**  
Um mês digital no mais do mundo



A Gucci criou uma instalação interativa com ecrãs que ativavam imagens conforme o movimento dos passageiros, transmitindo a essência de seu novo perfume.

**Resultado:** experiência imersiva + performance no momento de decisão de compra.

**Pajolla**

→

**Puma – Frankfurt, Alemanha**  
Design esportivo no terminal mais movimentado.



A Puma exibiu seus lançamentos em pontos de alta visibilidade, criando uma narrativa forte no vasto espaço do aeroporto.

**Resultado:** visibilidade máxima + presença marcante em ambiente premium.


**Coca-Cola – São Paulo, Brasil**  
Arte e tecnologia no embarque.



No Aeroporto de Guarulhos, a Coca-Cola criou um painel 3D onde uma garrafa flutuava magicamente até quem passava.

**Resultado:** inovação + estreia do "3D Deep Iconic" na América Latina.

**Vivo – Guarulhos, Brasil**  
Um corredor digital vivo



A Vivo instalou 16 enormes ecrãs LED no corredor de desembarque, criando uma experiência multisensorial para quem chegava.

**Resultado:** presença impactante + promessa da marca vivida intensamente.

→

**BMW – Lisboa, Portugal**  
O carro que parece sair do ecrã



Na área de bagagens do Aeroporto de Lisboa, a BMW apresentou um painel anamórfico 3D com o lançamento do BMW i5.

**Resultado:** impacto visual inovador + primeira ação deste tipo em Portugal.

**Tiffany&Co. – Guangzhou Baiyun, China**  
Um corredor de luxo e sofisticação.



A Tiffany criou uma cápsula de experiência no Terminal 2: ecrãs digitais em arco envolveram viajantes com o glamour da marca.

**Resultado:** experiência exclusiva + posicionamento premium reforçado.

## TENDÊNCIAS QUE CONTINUAM VOANDO ALTO:

- Realidade aumentada
- Publicidade sensorial (tato, visão, audição)
- DOOH programático
- Geolocalização + tempo real
- Domínio total de áreas (takeover)

→

## O INSIGHT FINAL

Publicidade em aeroportos vai além do outdoor:

Ela pode envolver, entreter e marcar o passageiro em momentos de atenção plena.

**A pergunta é: como sua marca aterrissa na mente do público?**



**Pajolla**  
mídia DOH

pajolla.com