

## Binder Comunicação LTDA

### Sobre a Binder

A Binder é uma agência de comunicação integrada com presença nacional e escritórios no Rio de Janeiro, Distrito Federal e São Paulo. Reúne atualmente 162 colaboradores e atua em parceria com clientes como Banco Central, Braskem, CAIXA, Chevrolet, Geotab, Inmetro, Nio, Óticas do Povo, Senac RJ, Serpro, Iconic Lubrificantes, Texaco Lubrificantes, Unimed Ferj, além das Prefeituras do Rio de Janeiro e de São José dos Campos.

Desde 2001, vem construindo um portfólio sólido e, há 12 anos consecutivos, é reconhecida pelo Great Place to Work como uma das melhores agências para se trabalhar no Brasil.

Mais do que números, a Binder acredita no poder do coletivo. Trabalhamos no plural porque sabemos que a diversidade de pessoas, estilos, experiências, talentos, gerações e disciplinas torna o mundo mais criativo e interessante. Transformamos ideias memoráveis em resultados inesquecíveis.

### Sobre a Texaco Lubrificantes

A Texaco Lubrificantes é uma marca global com mais de 120 anos de tradição em tecnologia, inovação e qualidade. Fundada no Texas em 1902, a empresa fabrica e comercializa uma ampla gama de produtos que atendem desde carros de passeio e motocicletas até caminhões, máquinas agrícolas e equipamentos industriais.

Atualmente no Brasil é gerenciada pela ICONIC Lubrificantes, uma Joint Venture entre Ipiranga e Chevron, que é líder do mercado nacional do segmento.

Seu portfólio inclui linhas reconhecidas mundialmente: Havoline®, referência em óleos de motor com tecnologia exclusiva Deposit Shield® e ProDS, que oferecem proteção

superior, economia de combustível e menor emissão de gases; Ursa® e Delo®, voltados para frotas e veículos pesados, garantindo performance e durabilidade em motores a diesel; e Marfak®, especializada em graxas para aplicações severas em setores como mineração e terraplenagem.

Além disso, a Texaco desenvolve soluções para engrenagens industriais, motores 2 tempos e equipamentos agrícolas, reforçando sua presença em diferentes segmentos.

Mais do que proteger motores, os lubrificantes Texaco contribuem para a eficiência energética, a redução de emissões e a maior durabilidade de filtros e catalisadores. Essa combinação de tradição e tecnologia assegura que a marca seja sinônimo de confiança e performance em mais de 100 países, consolidando sua posição como uma das maiores referências globais em lubrificação.

### **Contato Binder**

Priscilla Fernandes / [priscilla.fernandes@binder.com.br](mailto:priscilla.fernandes@binder.com.br) / (21) 98033-9900

**TÍTULO DO CASO:** “Lubrificante tem que ter o T de Texaco”: paixão, performance e proximidade

**CATEGORIA:** Comunicação Integrada

## SÍNTESE

A Texaco Lubrificantes, marca centenária reconhecida mundialmente por sua tradição, qualidade e tecnologia, enfrentava o desafio de rejuvenescer sua presença no Brasil e se aproximar do consumidor final. Mesmo consolidada no imaginário de confiança e performance, a marca ainda mantinha um distanciamento típico de uma categoria técnica e de baixo envolvimento emocional, na qual a decisão de compra costuma ser delegada a mecânicos e revendedores. O desafio era transformar um produto funcional em uma marca inspiradora e próxima, capaz de gerar identificação, preferência e desejo.

A Binder foi chamada para liderar essa virada, com a missão de reposicionar a Texaco no coração dos brasileiros, sem perder o DNA técnico que construiu sua reputação global. O ponto de partida foi a criação de um novo propósito: criar conexões genuínas com as pessoas. Marcas só ganham relevância quando refletem quem as vive, e a Texaco precisava sair do motor e ir para a vida real.

Sob o conceito “Lubrificante tem que ter o T de Texaco”, nasceu uma estratégia de comunicação integrada que uniu performance e emoção em uma mesma narrativa. A marca passou a traduzir tecnologia em emoção e potência em proximidade, transformando atributos técnicos em experiências humanas. O futebol e o automobilismo tornaram-se os principais territórios de conexão: o patrocínio ao Flamengo levou a Texaco à paixão nacional com diversas ativações, enquanto a Texaco Racing reafirmou os valores de superação, inovação e velocidade.

No digital, a estratégia ampliou esse diálogo. O Blog Texaco consolidou-se como um hub de educação automotiva, traduzindo a linguagem técnica em conteúdo acessível e

relevante. As redes sociais ganharam consistência editorial — com pilares de educação, lifestyle, esporte e inovação —, fortalecendo o relacionamento contínuo com diferentes públicos. A nova identidade visual, mais leve, humana e inspiradora, completou o movimento, traduzindo a liberdade e a confiança que definem o novo momento da marca.

A mídia multicanal — com presença em TV, rádio, OOH, digital e PR — garantiu cobertura massiva e segmentação precisa, mantendo coerência narrativa e profundidade de impacto. A curadoria de influenciadores e o impulsionamento segmentado ampliaram o alcance e o engajamento, levando a Texaco a dialogar com diferentes perfis de consumidores, do entusiasta automotivo ao motorista do dia a dia.

Mais do que uma campanha, o projeto criou um ecossistema de marca integrado, em que cada ponto de contato reforçou o mesmo propósito: aproximar a Texaco das pessoas e das paixões que movem o Brasil.

Os resultados confirmam o impacto da estratégia. Em 2024, a Texaco atingiu 1,8 bilhão de impressões e superou a meta de mídia em 113%. A pesquisa de Brand Lift apontou crescimento de 12% no recall da campanha, 7% no reconhecimento da marca e 6% na intenção de compra.

A Texaco voltou a ocupar o lugar que sempre foi seu: o de marca que combina tradição e inovação, tecnologia e emoção, razão e pertencimento. Uma marca que foi além dos motores e encontrou seu lugar no dia a dia das pessoas.

## CENÁRIO

Segundo o Portal Lubes, o Brasil é o quinto maior mercado de lubrificantes do mundo, com 1,53 milhão de m<sup>3</sup> comercializados em 2024, crescimento de 2,3% em relação a 2023. Esse avanço foi impulsionado pelo aumento da produção e vendas de veículos, além da crescente demanda por lubrificantes sintéticos e premium.

Ainda assim, o setor seguia enfrentando um obstáculo clássico: um produto técnico, de baixo envolvimento emocional, em que a decisão de compra é frequentemente delegada a mecânicos e revendedores. Para a Texaco, o desafio era duplo. De um lado, reafirmar sua associação direta com lubrificantes, e não apenas com a lembrança dos antigos postos de combustíveis. De outro, construir proximidade com o consumidor final, sem perder a confiança dos especialistas e públicos B2B.

Nesse cenário competitivo, a oportunidade era clara: transformar paixões por esportes em vetores de comunicação e consolidar a Texaco como uma marca que não apenas entrega performance e protege motores, mas também se conecta à vida real, às escolhas emocionais e aos momentos de pertencimento do público.

## SOLUÇÕES

A Binder estruturou uma estratégia de comunicação integrada, articulando diferentes plataformas sob uma mesma narrativa para reposicionar a Texaco como uma marca de confiança, desempenho e proximidade, capaz de unir performance e emoção em uma única voz.

Com o conceito “Lubrificante tem que ter o T de Texaco”, nasceu uma estratégia de marca que traduziu atributos técnicos em símbolos de confiança, pertencimento e proximidade. O futebol, paixão democrática que move milhões de brasileiros, tornou-se um dos principais territórios de conexão com o público. O patrocínio ao Flamengo ganhou força com ativações que iam das camisas de treino e aquecimento às transmissões da Flamengo TV, passando por conteúdos especiais como o programa “De Carona com Smigol”.

No automobilismo, a Texaco Racing e seu piloto reforçaram os valores de tecnologia, performance e superação, conectando a marca ao universo da velocidade e da emoção. Os filmes publicitários ampliaram essa narrativa, associando a troca de óleo a momentos de conquista, paixão e confiança, transformando um ato técnico em um gesto emocional.

No reposicionamento da Texaco, emergiu um propósito claro: criar conexões genuínas com as pessoas. A relevância de uma marca é reflexo dessas conexões, a partir da percepção de representatividade — e a autenticidade é o caminho para ampliar esse vínculo. A Texaco já carregava uma herança emocional forte, associada à qualidade, à confiança e ao pioneirismo. O novo passo era ir além do motor e entrar na vida das pessoas.

Mais do que falar de performance, a marca passou a inspirar experiências, transformando atributos funcionais em emoções reais. Essa mudança exigia uma expressão multiplataforma - visual, verbal e simbólica - capaz de traduzir essa nova energia.

Os arquétipos do Governante e do Explorador atuaram como ponte entre razão e emoção: autoridade que inspira confiança e liberdade que convida à descoberta. Assim, a Texaco reafirmou sua essência de desempenho e segurança, enquanto convidava o público a viver momentos de intensidade e pertencimento.

No ambiente digital, a estratégia foi tornar o Blog Texaco em um hub de conhecimento e educação automotiva, e o caminho encontrado foi uma linguagem acessível em dicas para a vida, na prática. As redes sociais ganharam editorias fixas sobre educação, lifestyle, esporte e inovação, garantindo consistência de voz e construção de comunidade.

A nova identidade visual da Texaco chega para reforçar sua essência exploradora de forma mais impactante, humana e inspiradora. As fotografias de Estilo de Vida colocam as pessoas no centro da narrativa, destacando emoções, liberdade e confiança. A paleta de tons quentes, combinada com cenas em movimento e atuações naturais, transmite autenticidade e conexão real com o público. Essa renovação estética não é apenas visual, ela fortalece o posicionamento da marca como parceira próxima do motorista em cada jornada.

A estratégia de mídia foi desenhada para estar presente onde o público vive suas paixões. A Texaco foi posicionada em espaços editoriais alinhados aos esportes de alta

performance, especialmente futebol e automobilismo, capturando a atenção no momento em que o público está mais envolvido emocionalmente.

O plano de mídia multicanal, com presença em TV, rádio, OOH, digital e PR, combinou cobertura massiva com segmentação estratégica, garantindo coerência narrativa e profundidade de impacto.

A curadoria de influenciadores nos territórios prioritários da marca, aliada ao impulsionamento segmentado, ampliou o alcance e o engajamento, reforçando a diversidade de vozes e o diálogo com diferentes perfis de público.

Mais do que uma campanha, o projeto representou a criação de um ecossistema de marca integrado, em que cada ponto de contato, do campo à pista, da tela ao feed, reforçou o mesmo propósito: aproximar a Texaco das pessoas e das paixões que movem o Brasil.

## RESULTADOS

A estratégia integrada da Texaco não apenas reposicionou a marca no Brasil, como também consolidou sua presença como player premium no setor de lubrificantes. Os resultados foram consistentes em todas as frentes:

Em 2024, a campanha atingiu 1,8 bilhão de impressões, superando o planejamento inicial em 113%. O recall publicitário cresceu 12 pontos percentuais, refletindo maior fixação da mensagem no público. O reconhecimento da marca subiu 7 p.p. atingindo 62% entre os consumidores expostos à campanha. Consolidando a Texaco como referência de confiança, tecnologia e performance.

No digital, a evolução foi igualmente expressiva: o engajamento aumentou 40%, com taxas de visualização completas de vídeos acima da média de mercado. O Blog Texaco se consolidou como hub de conteúdo e educação, reduzindo a distância entre informação técnica e o consumidor final. As redes sociais ganharam consistência narrativa, reforçando a percepção de proximidade e relevância para o público.

Nos esportes, a marca ampliou sua visibilidade em mais de 500 inserções televisivas e digitais ligadas ao patrocínio do Flamengo, associando-se diretamente à emoção dos estádios e à paixão de milhões de torcedores. No automobilismo, as ativações com a Texaco Racing reafirmaram atributos de performance, adrenalina e inovação.

Mais do que números, a Texaco conquistou novos territórios simbólicos: deixou de ser apenas uma escolha técnica para se tornar parte do dia a dia das pessoas, associando a “troca de óleo” a momentos de emoção, pertencimento e paixão. Uma marca que deixou de falar apenas de motores, e foi para a vida das pessoas.

## ANEXOS

### Campanha

Filme - Tem troca que te dá mais (piloto): <https://youtu.be/7SXYrXSI3gA>

Filme - Tem troca que te dá mais (torcida): <https://youtu.be/jzoirYm1F2Q>

Anúncios:



**TUR  
BI  
NA  
DO**

TEM O T DE TEXACO

**PERFORMANCE**  
NAS PISTAS E NOS MOTORES

TODO MUNDO QUE DESEJA SAIR NA FRENTES PRECISA DE UMA COISA: TECNOLOGIA.

Por isso, Texaco Havoline foi desenvolvida por quem mais entende de velocidade. Testada nas pistas, nas ruas e nas estradas, Texaco Havoline chega acelerando com o futuro pra você.

**TEXACO.**

TEXACO.COM.BR  
[f](#) [g](#) [@TEXACOLUBRIFICANTES](#)

**TEC  
NOLO  
GIA**

TEM O T DE TEXACO

**ATÉ 1.000 HORAS  
DE INTERVALO DE TROCA\***

MAIOR INTERVALO  
DE TROCA  
DA CATEGORIA!

**TEXACO.**

TEXACO.COM.BR  
[f](#) [g](#) [@TEXACOLUBRIFICANTES](#)

Banners Internet:



Mídia digital - Linha motos: <https://youtube.com/shorts/ceTP-jbTxTg>

Mídia digital - público 25+: [https://youtube.com/shorts/g4he0Fn\\_62M](https://youtube.com/shorts/g4he0Fn_62M)

Mídia digital - Linha consumidor: [https://youtube.com/shorts/WvZx\\_dkMtfg](https://youtube.com/shorts/WvZx_dkMtfg)

Logan - linha caminhoneiros: <https://youtube.com/shorts/3RcOC6pBT5Y>

Patrocínio Flamengo

Painel led 10": <https://youtu.be/mUs14N6udG8>

Copo Jogo:



Post feed:





Always On

Post feed - Texaco Havoline piloto: <https://youtube.com/shorts/OxZHg2k6Dns>

Post feed - Texaco Havoline torcedora: <https://youtube.com/shorts/qHzL0paUgy4>

Post feed - Colab Fla Havoline ProDS Full: <https://youtube.com/shorts/kHb7BZQjcYQ>

Post feed - Stop Challenge: <https://youtube.com/shorts/zBWfKi6iEbo>

Post feed - Como estacionar: <https://www.youtube.com/shorts/RsYORd0hxhY>

Post feed - Havoline 4T colab Fla: <https://youtube.com/shorts/Ogr1J1QGEOQ>

Post feed - Boas festas: <https://youtube.com/shorts/rMiRYnPO87w>

Blog Texaco: <https://blog.texaco.com.br>