



PRÊMIO UNIVERSITÁRIO
ABERJE

DÉCIMA EDIÇÃO - 2018
DESAFIO



Se é Bayer, é bom

www.premiouniversitarioaberje.com.br

PRÊMIO UNIVERSITÁRIO ABERJE - BAYER

DÉCIMA EDIÇÃO - 2018

O novo Prêmio Universitário Aberje de 2018 traz um tema bastante desafiador para os estudantes universitários. Nesta edição, vocês terão que conceber um projeto de comunicação para a Bayer, usando uma grande variedade de informações, muita criatividade e capacidade de utilização da linguagem. Estudantes de graduação de todo o Brasil podem participar montando equipes que devem ter no mínimo dois e no máximo quatro pessoas, com pelo menos um aluno de cursos de comunicação. O grupo que produzir o projeto mais adequado ao desafio será premiado com dez mil reais. O segundo lugar leva cinco mil reais e o terceiro três mil reais. Mãos à obra!

O conceito

O agronegócio fornece alimentos em grande escala para seres humanos e animais e é essencial para a vida de todas as pessoas.

O desafio

Em 2016, a Bayer fez 120 anos de atuação no Brasil. Muito conhecida no país por sua atuação na área de medicamentos, naquele mesmo ano, a companhia iniciava o processo de aprovação para a aquisição da Monsanto. Desde janeiro de 2017, vem se reposicionando como uma empresa de Ciências da Vida, focada na saúde dos seres humanos, dos animais e das plantas. Com a compra da Monsanto, efetivada em agosto de 2018, a Bayer entrou de maneira muito competitiva no mercado agropecuário, especialmente no segmento de sementes.

A questão é que, apesar de a imagem da Bayer ser positiva no país, a marca Monsanto não possui uma boa reputação. Junte-se a isso o fato de que, como lida direta ou indiretamente com assuntos complexos como saúde, utilização de água, bem-estar animal, o conceito de propriedade privada e grandes latifúndios e pesquisas genéticas, entre outras, precisa enfrentar opositores de várias vertentes.

Além disso, no Brasil, em geral, o agronegócio é identificado com as grandes empresas produtoras de grãos e de proteína animal, quando, na verdade, mais de 80% do mercado é constituído de pequenos e médios produtores.

Quem se declara contra o agronegócio, defende que o ideal seria que toda a pecuária e toda a produção de alimentos fossem orgânicas, ocupasse o menor espaço possível e gastasse a menor quantidade de água possível, além de garantir o bem estar de homens e animais. Para muitas dessas pessoas esse seria o ideal.

No entanto, em um país continental como o Brasil, de clima tropical, geralmente bastante úmido, que propicia o crescimento de fungos e bactérias, seria impossível falar de agricultura de larga escala sem a utilização de produtos químicos, por exemplo. Transportar essa produção por distâncias maiores também se mostraria complicado, já que os produtos orgânicos são menos resistentes.

Além disso, produzir alimentos para bilhões de pessoas em todo o planeta é uma atividade bastante complexa, que não pode ser resolvida de maneira satisfatória sem uma imensa dose de pesquisa científica que possa tornar os processos mais eficientes e sustentáveis.

Em busca de soluções

Por isso, as companhias que trabalham como parceiras do agronegócio vêm investindo pesadamente em pesquisas que tornem a agricultura e a pecuária mais eficientes e sustentáveis, com o objetivo de diminuir o impacto de seus produtos no meio ambiente.

Entre essas pesquisas, está a criação de sementes que necessitam de quantidades menores de água e de produtos químicos que resistam mais à falta de chuva, por exemplo, e outras que vêm ajudando a aumentar a produtividade do solo, o que acaba diminuindo a necessidade de desmatamento. Áreas que antes produziam 40 sacas de soja, hoje conseguem produzir 90.

Outra frente de investigação é a chamada “digital farming”, um conjunto de novas tecnologias que permitem um mapeamento completo da área que será utilizada e, por meio de computadores, drones, internet, celulares e sistemas de GPS aumentam sua produtividade e fazem com que se torne muito mais sustentável. Essa agricultura de precisão, como é chamada, utiliza satélites e drones para fotografar áreas remotas, analisar as condições do solo, identificar pragas e doenças e mandar as informações diretamente para o profissional responsável, o que permite que defensivos e outros produtos sejam aplicados apenas nas áreas necessárias. Essas tecnologias também possibilitam a criação, por exemplo, de sistemas de irrigação sensíveis à necessidade de água de cada ponto, o que ajuda a diminuir o consumo. Esse sistema é capaz de monitorar o desperdício da produção e aperfeiçoar a gestão territorial e o uso eficiente da terra.

As pesquisas estão indo além, com sensores remotos multiespectrais que criam imagens infravermelhas capazes de expor, por exemplo, a quantidade de clorofila de cada planta, uma demonstração de sua saúde, e descobrir mais profundamente inclusive as necessidades de cada pedaço de terra ou de cada planta individualmente. Além disso, tratores equipados com GPS também fazem um mapeamento do solo com dados de alta precisão, que permitem que os agricultores decidam o que fazer com base em informações claras.

“O agronegócio do futuro será completamente conectado: satélites e sensores terrestres vão entregar informações detalhadas das condições das plantações. Combinadas com previsões do clima e dados de história, variedade, cultivos dessas plantações e até mesmo calendários de trabalho, o fazendeiro vai obter uma fundação sólida que irá ajudá-lo a tomar suas importantes decisões diárias. Ele também vai receber alertas pontuais de todos os cantos de seu negócio, seja do estábulo, da colhedeira, do silo ou de sua instituição financeira.” Explica Paulo Pereira, diretor de Comunicação do grupo Bayer no Brasil.

A Bayer

Logo após fazer 120 anos de Brasil, a Bayer comunicou, em janeiro de 2017, que estaria focando suas atividades em três áreas: nutrição e agricultura e saúde humana e animal. No Brasil, o setor de agroquímica sempre dominou uma parcela de 68% a 72% do faturamento da empresa. Como os países-chaves para a área de agro da Bayer são Estados Unidos, Brasil, Argentina, México e Canadá, a América Latina tornou-se um player importante para companhia. Hoje, a empresa procura formatar o futuro da agricultura por meio de inovações capazes de beneficiar os fazendeiros, os consumidores e o planeta.

Segundo Werner Baumann, CEO e presidente do Conselho de Administração da Bayer AG: “Por mais de 150 anos, a Bayer está em uma jornada de descobrimento e invenção para criar produtos que ajudem as pessoas em um mundo em crescimento e mudança... desde descobrir novos tratamentos para doenças até ajudar as pessoas as melhorarem e permanecerem bem, além de fornecer aos fazendeiros ferramentas para produzir alimentos com mais saúde e segurança e de maneira mais acessível. Nossa combinação vai acelerar essa jornada de

descobrimos e impulsionar nosso objetivo de usar a ciência para uma vida melhor.”

O objetivo final

A Bayer está à procura de meios eficientes de comunicar a ideia de que é preciso “construir o futuro da agricultura” no Brasil e no mundo. Assim, o objetivo deste desafio é criar ferramentas de comunicação que ajudem a empresa a mostrar que as indústrias parceiras do agronegócio transformaram-se nos últimos anos em importantes centros de pesquisa e, apesar de muitas pessoas ter uma percepção negativa do setor, hoje é fundamental desenvolver soluções científicas para continuar a auxiliar os agricultores e os pecuaristas a alimentar pessoas e animais, a fornecer combustíveis alternativos, como o álcool, e fibras têxteis, por exemplo, todos eles produtos essenciais para a nossa vida.

Ferramentas

O projeto pode utilizar todas as ferramentas de comunicação disponíveis:

- Publicidade *online* e *offline*,
- Relações públicas,
- Marketing de conteúdo,
- Assessoria de imprensa,
- Internet e redes sociais,
- Eventos,
- Patrocínios,
- Aplicativos e outros *gadgets* digitais.

Públicos impactados

A comunicação do projeto deve ser endereçada principalmente aos seguintes públicos:

- Comunidade local
- Formadores de opinião locais e nacionais
- Imprensa local e nacional
- Sociedade em geral

Fontes de pesquisa:

<https://www.bayer.com.br/a-bayer/>

<https://www.bayer.com/en/advancing-together.aspx>

<https://www.cropscience.bayer.com/en/stories/2014/digital-farming-bit-by-bit>

<https://www.embrapa.br/futuro-da-agricultura>

<https://www.embrapa.br/visao/o-futuro-da-agricultura-brasileira>

Patrocínio:



Se é Bayer, é bom

Parceiro:



Realização:

