



Bracell  
São Paulo

DOCUMENTÁRIO

DESAFIOS DA

ENGENHARIA

A FÁBRICA DO FUTURO

PRÊMIO JATOBÁ 2024

# Ficha técnica

## EMPRESA

Bracell

## VERTICAL

Organização/Instituição Privada ou Pública

## CATEGORIA

Projeto Especial

## NOME DO CASE

Desafios da Engenharia:  
A Fábrica do Futuro

## SINOPSE

A história da construção da maior e mais verde fábrica de celulose do mundo precisava ser contada. A Bracell fez isso por meio de um documentário que transformou os desafios técnicos de engenharia e as experiências pessoais dos trabalhadores em um produto de entretenimento. O resultado foi um filme que não apenas empolga a audiência externa, mas encanta os colaboradores e consolida a empresa na vanguarda da sustentabilidade.

## CRONOGRAMA

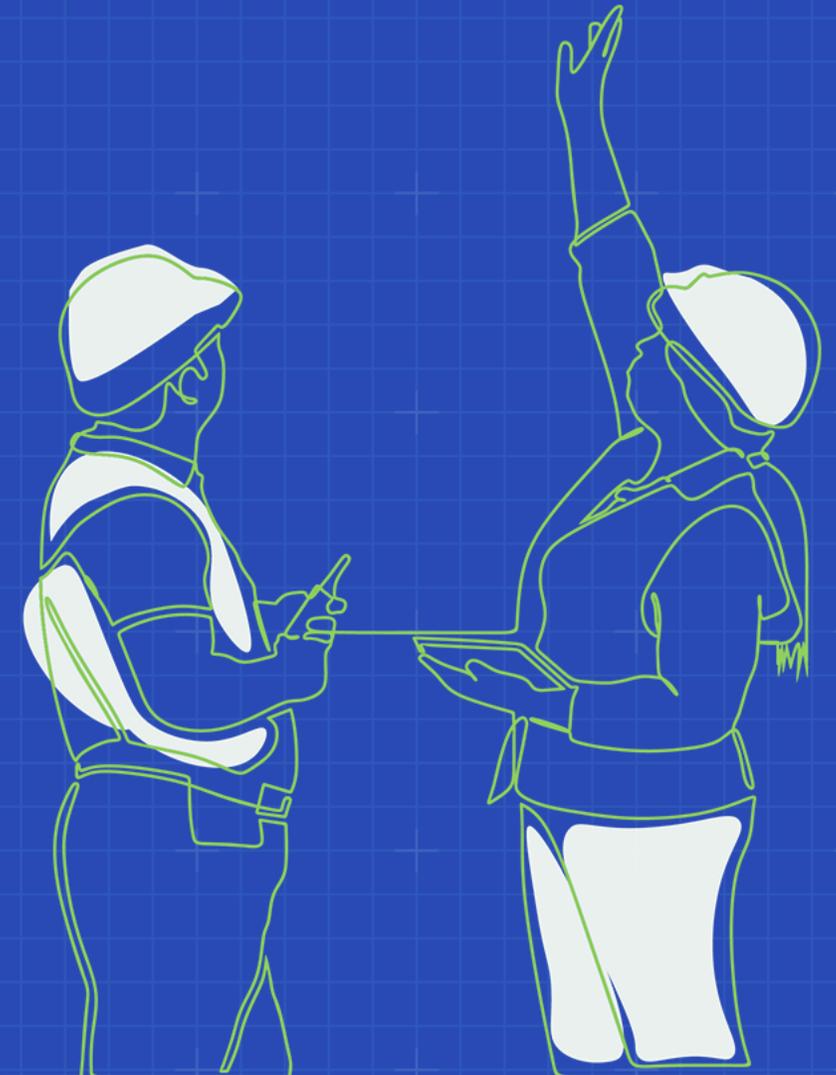
- **Nov 2023:** Pré-estreia do filme em Lençóis Paulista
- **Nov 2023:** Estreia do filme no Discovery Channel
- **Nov 2023 – Set 2024:** Disponibilização do filme no streaming Discovery+
- **Nov 2023 – Fev 2024:** Exibição interna para colaboradores
- **Nov 2024 – Mar 2024:** Divulgação em redes sociais
- **Nov 2024 – Mar 2024:** Divulgação para imprensa
- **Ago 2024:** Exibição especial na Cinemateca Brasileira
- **Ago 2024 – Set 2024:** Sequência de exibições na TV Cultura
- **Set 2024 – Fev 2025:** Disponibilização do filme no streaming Cultura Play

## REGIÃO DAS AÇÕES

São Paulo

## INVESTIMENTO

R\$ 3 milhões



# Ficha técnica

NÚMERO DE PESSOAS QUE ATUARAM NO PROJETO: 18

## *Na Bracell*

- Frederico Bastos – Gestor do projeto e Gerente de Comunicação Digital e Mídias Sociais
- Priscilla de Caires – Gerente de Comunicação Corporativa
- Luiz Dutra – Vice-presidente de Assuntos Corporativos
- Giovane Rocha – Analista de Comunicação Digital e Mídias Sociais e Produtor Executivo
- Ana Bortolozzi – Gerente de Comunicação Interna e Eventos
- Cláudia Lopes – Gerente de Relacionamento com a Imprensa
- Gabriel Cortez – Analista de Comunicação Digital
- Fernanda Oliveira – Analista de Comunicação Digital
- Caio Godoi – Analista de Comunicação Digital

## *Na Produção*

- Eduardo Rajabally – Diretor
- Érika Araújo – Produtora Executiva
- Fernando Dias – Produtor
- Maurício Dias – Produtor
- Kiko Ribeiro – Produtor
- Juliana Belluomini – Produtora
- Tiago Silvacam – Diretor de fotografia
- Gui Stockler – Roteirista
- Edu Maurer – Montador

E outros muitos profissionais

### **FORMATO:**

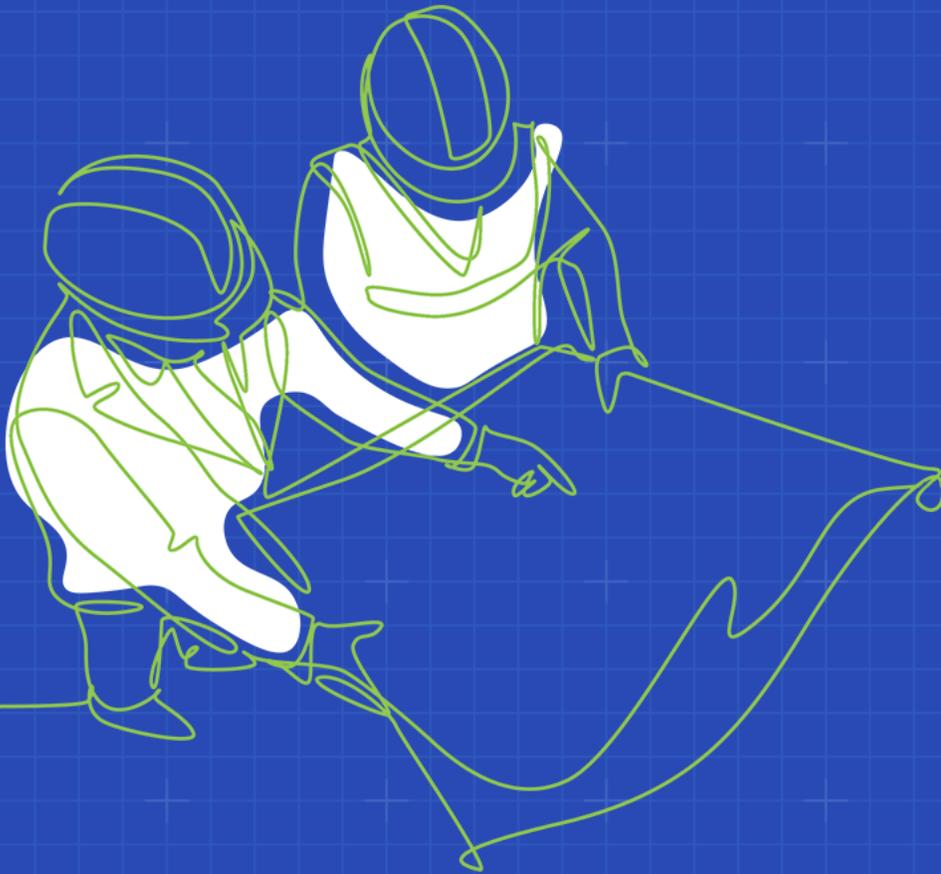
- Documentário de média-metragem (duração 0'43")

### **EXIBIDORES**

- Discovery Channel e Discovery +
- TV Cultura e Cultura Play
- Claro TV

### **DIVULGAÇÃO**

- Edelman Brasil





# Transformando e inovando o setor

## Contexto

A Bracell, uma das líderes globais na produção de celulose - incluindo celulose solúvel, celulose solúvel especial e papéis tissue - **tem a sustentabilidade como parte de seu DNA**. Tudo que a empresa faz é, prioritariamente, bom para o clima, as comunidades, o país, os clientes e, só então, para a companhia. A Bracell, que atua na Bahia, no Mato Grosso do Sul e em São Paulo, baseia suas operações no **cultivo sustentável de eucalipto e em fábricas de última geração**.

Presente no Brasil há mais de 20 anos, a empresa iniciou um esforço de expansão em 2019, com o **Projeto Star**, maior investimento privado do Estado de São Paulo nas últimas duas décadas. O ambicioso plano contaria com o **estado da arte em tecnologia**, expandiria drasticamente sua **capacidade de produção** e traria ainda mais progresso à **região de Lençóis Paulista, SP**, onde seria instalado.

Uma vez concluído, o Projeto Star se converteria na **maior e mais verde fábrica de celulose do mundo**. Isso porque poderia operar sem combustíveis fósseis, geraria energia renovável suficiente para abastecer a si e a uma cidade de 750 mil habitantes. Além disso, contaria com a inovação do tratamento terciário de efluentes, geraria empregos e renda para a região e, por meio da base florestal associada, faria suas operações serem negativas em emissões de carbono.

# Desafio



Com um projeto dessa magnitude, a Bracell precisava contar essa história. O principal desafio era apresentar ao público os **bastidores da obra e suas credenciais de sustentabilidade**. Para isso, era fundamental encontrar um formato que evitasse a dureza dos indicadores numéricos e a aridez típica do ambiente de construção civil. Além disso, diante da realidade contemporânea do consumo de conteúdos em pílulas, imposto pela onipresença das redes sociais, era preciso um modelo de comunicação que evitasse a fragmentação das muitas mensagens relacionadas à fábrica.



# Objetivos



Aproximar o público da história, apresentando como **os colaboradores superaram obstáculos**, do planejamento à execução, na construção da maior e mais verde fábrica de celulose do mundo.



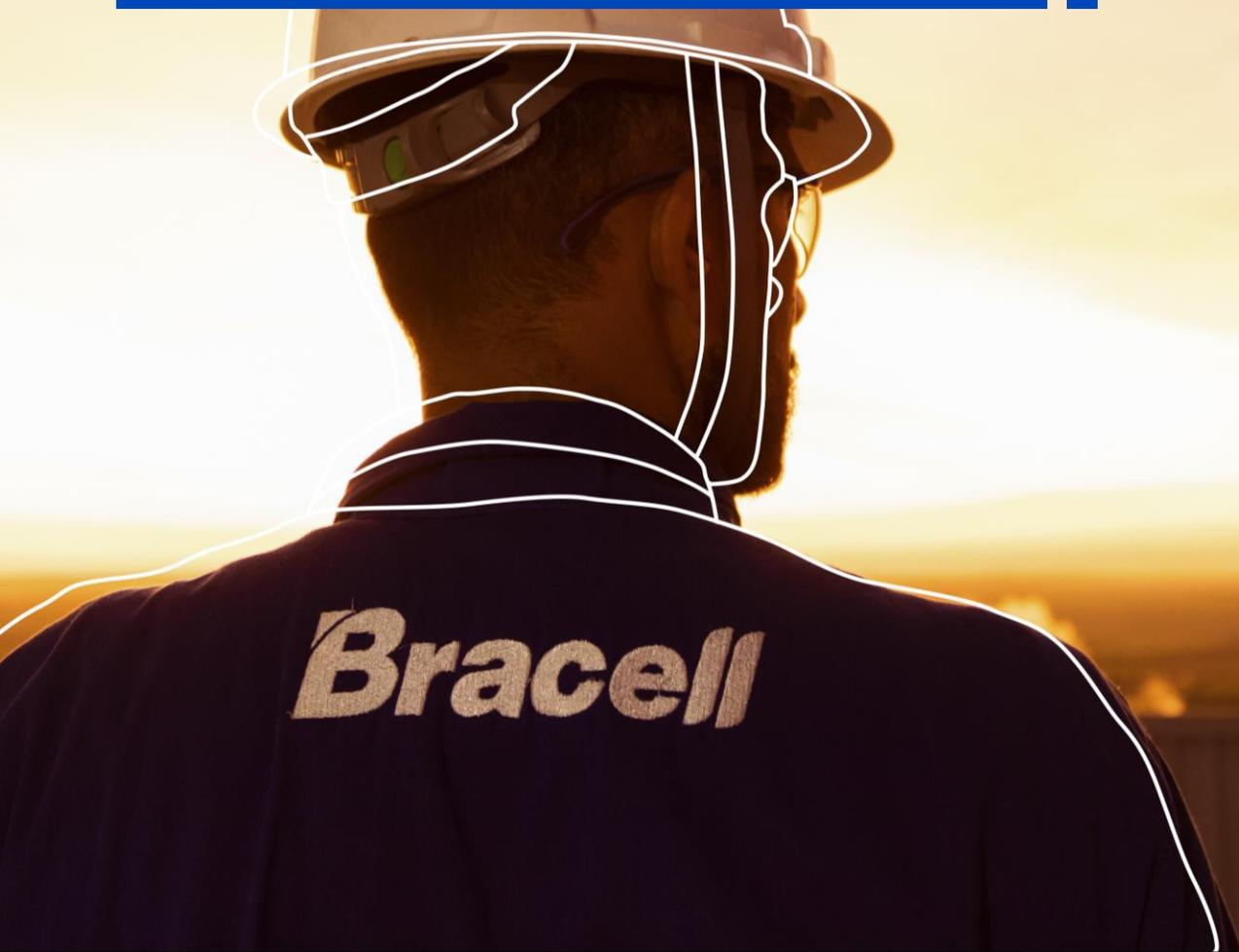
Simplificar o entendimento do público sobre as credenciais de sustentabilidade da nova fábrica, tornando as **informações mais compreensíveis e acessíveis**.



Estimular o consumo de todas as mensagens, sem fracionar o conteúdo, para consolidar o **compromisso da Bracell com o desenvolvimento sustentável** junto aos públicos.

# Histórias Autênticas,

# Conexões Reais



## Insight

A solução deveria ser um plano de comunicação integrada que orbitasse em torno de **um produto narrativo completo, a ser consumido de uma vez, dando cara e cor aos números para torná-los mais acessíveis e trabalhando a emoção da audiência por meio de histórias de superação genuínas.**

A resposta para essa equação foi o formato documental. Assim nasceu a ideia do filme "**Desafios da Engenharia: A Fábrica do Futuro**". **A partir de relatos reais, ele mostraria os bastidores da construção do Projeto Star.**

A produção do documentário teve início em 2020, com a busca de personagens que emprestariam suas verdades à Bracell. Nessa pesquisa era preciso **combinar a autenticidade das histórias com os objetivos de comunicação da empresa: fortalecer como uma organização responsável, ambiental e socialmente consciente, e inovadora.**

Com base nisso, foram escolhidos os três pilares de conteúdo do filme:



Tecnologia



Sustentabilidade



Pessoas

# Histórias Autênticas,

# Conexões Reais



Após a pesquisa e a criação do roteiro, a captação de imagens ocorreu em 2020 e 2021, seguida pela edição e finalização em 2022. Ao fim dessa jornada, em **novembro de 2023**, foi apresentado ao público um filme que, antes de ser sobre a construção de uma fábrica, é sobre as pessoas que enfrentaram desafios não apenas de engenharia, mas também pessoais, logísticos, técnicos e de tempo para fazer algo incrível.

“Desafios da Engenharia – A Fábrica do Futuro” é um média-metragem que mostra a capacidade de realização de indivíduos movidos por um objetivo e pelo desejo de ser parte de algo maior do que eles mesmos. Três personagens guiam a narrativa: Osmar Marques, Misaeli Alves e Sandy Quandt.



## Tecnologia



### Osmar Marques

Operador de painel de controle de Recuperação Química



## Sustentabilidade



### Misaeli Alves

Assistente operacional de Viveiro



## Pessoas



### Sandy Quandt

Técnica em Segurança do Trabalho

# Uma construção que transformou o setor

As gravações do documentário tiveram uma camada adicional de desafio: a **pandemia de Covid-19**. Em março de 2020, a produção precisou ser interrompida.

Meses depois, em meio às incertezas geradas pela pandemia, as captações foram retomadas com cuidados redobrados. Foi implementado um rigoroso protocolo de segurança que **prezava pela saúde e bem-estar** de todas as pessoas envolvidas no projeto.

Em setembro de 2020, uma peça de 330 toneladas e 30 metros de comprimento chegou ao canteiro de obras: o Steam Drum. O balão de vapor é essencial para funcionamento da caldeira de recuperação da fábrica e, de maneira inédita na construção civil, sua instalação foi feita por meio de um içamento. Esse evento foi registrado no teaser "[Steam Drum: uma Corrida contra o Tempo](#)", que, publicado no Instagram e nas outras redes sociais, gerou expectativa sobre o filme devido ao alto engajamento orgânico das publicações.

Em dois anos de filmagem, foram registrados cada detalhe da construção dessa fábrica que iria **transformar o setor e apresentar uma inovação para a indústria**.



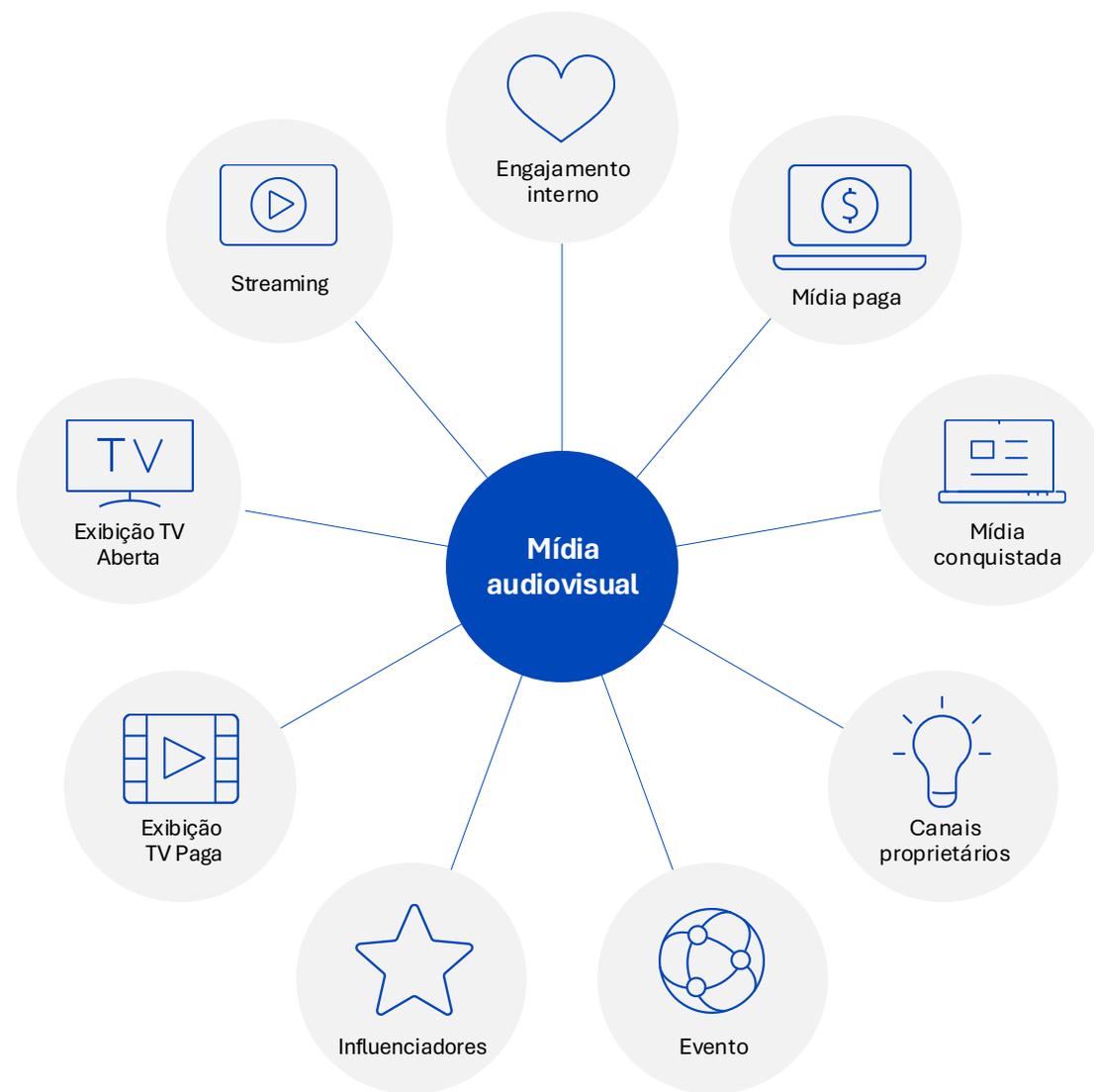
# Mídia audiovisual e canais de suporte

## Estratégia

Com o documentário no centro do planejamento, foram realizadas ações satélites com o objetivo de levar o filme ao maior número possível de pessoas. A maioria delas aconteceu em novembro de 2023, começando com uma **pré-estreia** exclusiva para os colaboradores da unidade de Lençóis Paulista da Bracell.

Na sequência, o filme estreou no **Discovery Channel** e, logo após, no streaming **Discovery +** (onde ainda está disponível). O assunto repercutiu na **imprensa** e nos perfis de **influenciadores internos** da empresa. As **redes sociais da Bracell** fizeram uma ampla cobertura do tema, adicionando um caráter cross-media à ação.

**Sessões Pipoca** adicionais foram organizadas em unidades da Bracell em Lençóis Paulista (SP), Camaçari (BA) e Alagoinhas (BA) entre dezembro de 2023 e o primeiro trimestre de 2024. A jornada do filme foi concluída em agosto de 2024, com a exibição na **Cinemateca Brasileira** e na **TV Cultura**.



# Jornada de sucesso

Com o documentário finalizado, em novembro de 2023, a Bracell iniciou sua estratégia para divulgar a iniciativa e impactar o setor.



NOV/23

## Pré-estreia

Realizada no dia 21 de novembro, a pré-estreia reuniu 400 colaboradores, convidados e autoridades locais no Teatro Adélia Lorenzetti, símbolo da cidade de Lençóis Paulista. O evento foi uma homenagem a todas as pessoas que ajudaram a construir um novo capítulo na história da indústria de celulose. A equipe que produziu o documentário e os personagens que fizeram parte da história também marcaram presença no evento, levando seus familiares para conhecer e se emocionar com a narrativa.

## Lançamento no Discovery

No dia 23 de novembro, às 23h59, o documentário foi oficialmente lançado no Discovery Channel. De acordo com dados do canal, o filme elevou em 239% a audiência na faixa horária (comparado às 6 semanas anteriores) e significou um aumento de 115% sobre a média total diária do Discovery no ano.



NOV/23

NOV/23

## Canais internos

Os canais internos da Bracell, como e-mail marketing e quadros físicos, foram fundamentais para ampliar a divulgação do documentário entre os colaboradores e reforçar o orgulho de pertencimento. Além disso, a empresa realizou um sorteio de vouchers de assinatura de 3 meses no Discovery +, streaming onde o filme ficaria disponível. A ideia era tornar os próprios colaboradores agentes de divulgação do média-metragem.



## Influenciadores internos

A Bracell convidou seu time de influenciadores exclusivos, composto por colaboradores que se destacam no ambiente digital, para produzir conteúdos sobre o documentário e engajar com seus seguidores.

DEZ/23-  
FEV/24



DEZ/23

## Sessão Pipoca

Ainda fortalecendo o público interno como divulgadores do filme, a Bracell realizou Sessões Pipoca para exibir o documentário aos colaboradores de São Paulo e da Bahia. Outros 200 colaboradores foram engajados nessas ações.

## Imprensa

Seguindo a narrativa do próprio documentário, o foco da estratégia foi a imprensa regional, que também esteve presente no evento de pré-estreia. Após o lançamento oficial, foram elaborados planos de relacionamento com jornalistas para divulgar o documentário na imprensa nacional e ampliar o conhecimento sobre o filme e o Projeto Star.

NOV/23-  
MAR/24

Jornal da Cidade  
BAURURU, sábado, domingo e segunda, 25, 26 e 27 de novembro de 2023 # 43

### Gente, Negócios & Propaganda

© Gente Negócios & Propaganda  
http://www.gnp.com.br  
e-mail: gnp@gnp.com.br

#### 'A Fábrica do Futuro': Bracell lança documentário sobre o Projeto Star

Um sonho que tornou-se realidade. Após sua chegada ao município de Lençóis Paulista, em 2019, a Bracell abraçou um grande objetivo: construir a maior e mais verde fábrica de celulose do mundo. A iniciativa de expansão, intitulada Projeto Star, resultou em um dos maiores investimentos privados do Estado de São Paulo dos últimos 20 anos e foi considerada um desafio da engenharia que criou um dos maiores complexos de produção de celulose do planeta, unindo alta tecnologia e sustentabilidade.

O empreendimento foi inaugurado em 2021, cumprindo o cronograma e, desde então, contribui para o desenvolvimento econômico regional. Para registrar esse projeto grandioso, cada etapa da obra foi filmada e o resultado disso é o documentário "Desafios da Engenharia: a Fábrica do Futuro".

O filme, que estreia na última quinta-feira (23), no Discovery, traz do planejamento à execução da iniciativa, bem como o processo de superação de todos os obstáculos que levaram à conclusão dessa empreitada, que envolveu mais de 30 mil pessoas.

"Acabamos de renovar nossa estratégia de longo prazo de sustentabilidade por meio do Bracell 2030, composto de metas ambiciosas em prol do clima, da natureza e das comunidades. A fábrica que construímos e que está representada no filme é uma das razões pelas quais podemos nos comprometer com metas tão ousadas", afirma Praveen Singhavi, presidente da Bracell. "O documentário é, ao mesmo tempo, um presente para todos os colaboradores que ajudaram a colocar a fábrica de pé", completa.

O gerente de mídias digitais e sociais da empresa, Frederico Bastos, conta que a narrativa do filme é composta por várias histórias reais dos personagens envolvidos na obra.

"O documentário traz o cuidado das mulheres dos viveiros com o cultivo das mudas de eucalipto, passando pela responsabilidade da técnica de segurança do trabalho, que garante o cumprimento das rigorosas normas de segurança, e chega até o experiente técnico da caldeira de recuperação, que compartilha o aprendizado que este projeto trouxe para sua trajetória no setor".

SERVIÇO  
O documentário "Desafios da Engenharia: a Fábrica do Futuro" está disponível no serviço de streaming Discovery+. A população também pode conferir o trailer oficial nas redes sociais da Bracell: @somosbracell.



NOV/23-  
MAR/24

## Divulgação nas redes

Nas redes da Bracell, desde a estreia e ao longo dos meses seguintes, foram feitas publicações que convidaram a audiência externa a conferir o filme, como dos dois trailers **de 30 e 60 segundos** e a **publicação do presidente da empresa, Praveen Singhavi**, em seu perfil no LinkedIn.

NOV/23-  
AGO 24

## Discovery+ e Claro TV

Nos serviços de conteúdo por assinatura, como o streaming Discovery+ e a Claro TV, o filme tornou-se disponível após a estreia e continuou até setembro de 2024. Neste período, no Discovery+, o título ficou entre os 26% mais acessados da plataforma, atingindo um total de 2.478 contas.



## Cinemateca

Para uma produção documental, a exibição na Cinemateca Brasileira representa a confirmação de sua qualidade. Essa exibição ocorreu no dia 06 de agosto, acompanhada por uma exposição fotográfica com imagens do livro **Projeto Star: a Nova Geração da Indústria de Celulose**. Na ocasião, estiveram presentes 160 pessoas, entre colaboradores e stakeholders convidados. Ambos os produtos compartilham o tema e consolidam a narrativa de que essa construção representou um marco no setor.

AGO/24

## TV Cultura

O projeto de comunicação do filme foi concluído com uma ação que finalizou as exibições nos canais fechados e nos serviços de streaming pagos. O filme também foi exibido em canal aberto, na TV Cultura, no dia 10 de agosto, com reprises nos dias 18 de agosto e 03 de setembro. A ideia dessas exibições era democratizar o acesso ao média-metragem e coroar a vocação do documentário de colocar as pessoas em primeiro lugar.

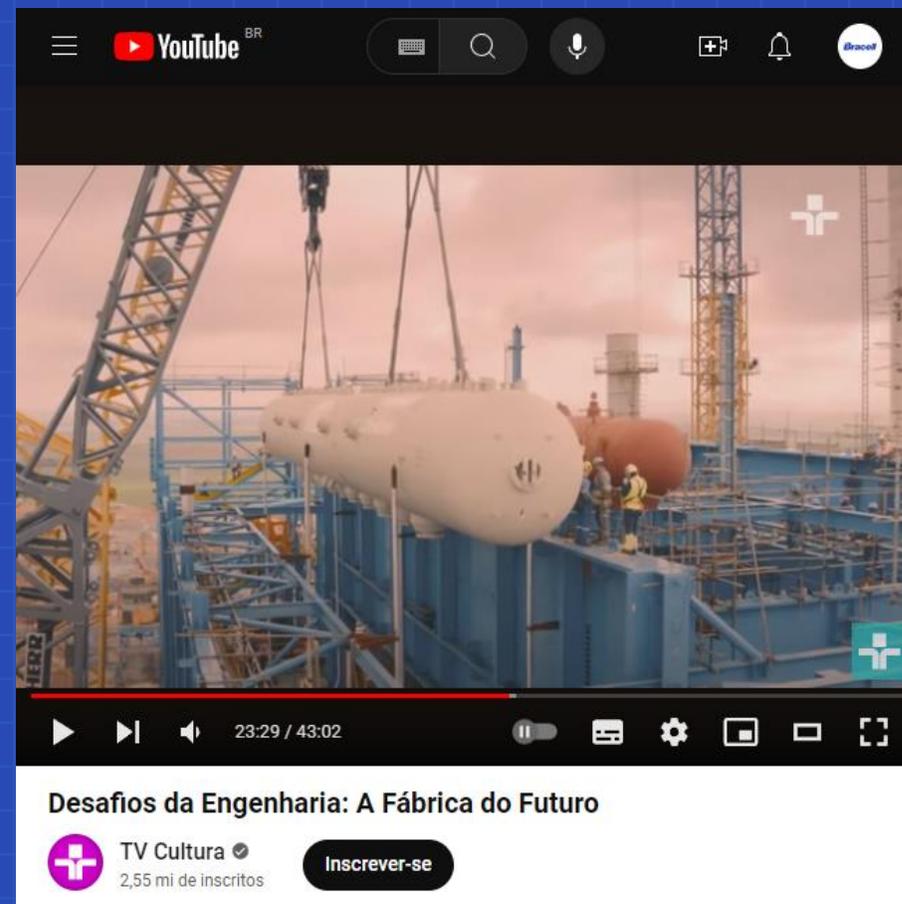
AGO/24  
- SET/24



## Sessão Pipoca

As Sessões Pipoca foram estendidas também a visitantes. Grupos de estudantes, das comunidades e profissionais do setor tiveram a oportunidade de assistir ao filme no anfiteatro do Bracell Learning Institute em Lençóis Paulista. Com uma média de 35 pessoas por exibição, a exemplo da imagem abaixo, realizada em 29 de agosto para alunos do curso de Relações Públicas da UNESP, o filme alcançou outras 200 pessoas desde abril de 2024.

ABR/24 -  
AGO/24



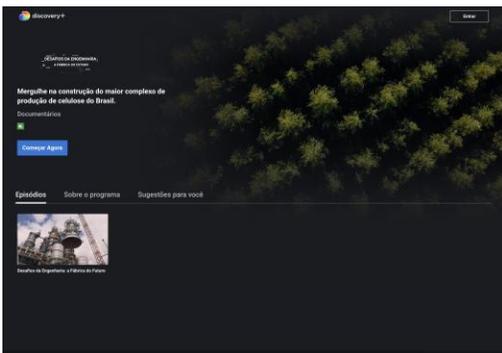
SET/24

## Cultura Play

Por fim, em 06 de Setembro, o documentário chegou ao canal Cultura Play [no YouTube](#), onde ficará disponível por 6 meses. Em 20 dias, já contava com mais de 6.800 visualizações.

# Resultados

## Gerais



+ de  
**800**

colaboradores  
engajados  
somente em  
Sessões  
Pipoca

+ de  
**300**

stakeholders e  
ngajados  
em exibições  
especiais

+ de  
**100**

publicações de  
influenciadores  
internos e  
líderes da  
empresa

**10**

publicações na  
imprensa sobre  
o filme e  
eventos  
associados

## Discovery

**13,8**  
MILHÕES

de impactos divididos  
da seguinte maneira:

**3,4**

MILHÕES

de telespectadores  
impactados pelas exibições  
no Discovery Channel

**10,4**

MILHÕES

de impressões digitais em  
perfis do ecossistema  
Warner/ Discovery

## Dados adicionais de audiência no Discovery Channel

- 239% de aumento na faixa horária em comparação às seis semanas anteriores à exibição
- 115% de aumento da média total day do Discovery no ano
- 86.788 visualizações na Claro TV

## Além disso, no Discovery +

**2.478**

contas assistiram ao  
conteúdo entre  
11/23 e 09/24

**3º**

documentário mais  
assistido em nov. e  
dez. de 2023

**Top 10%**

Títulos mais  
assistidos em nov.  
e dez 2023

# Resultados

## TV Cultura

**103** MIL

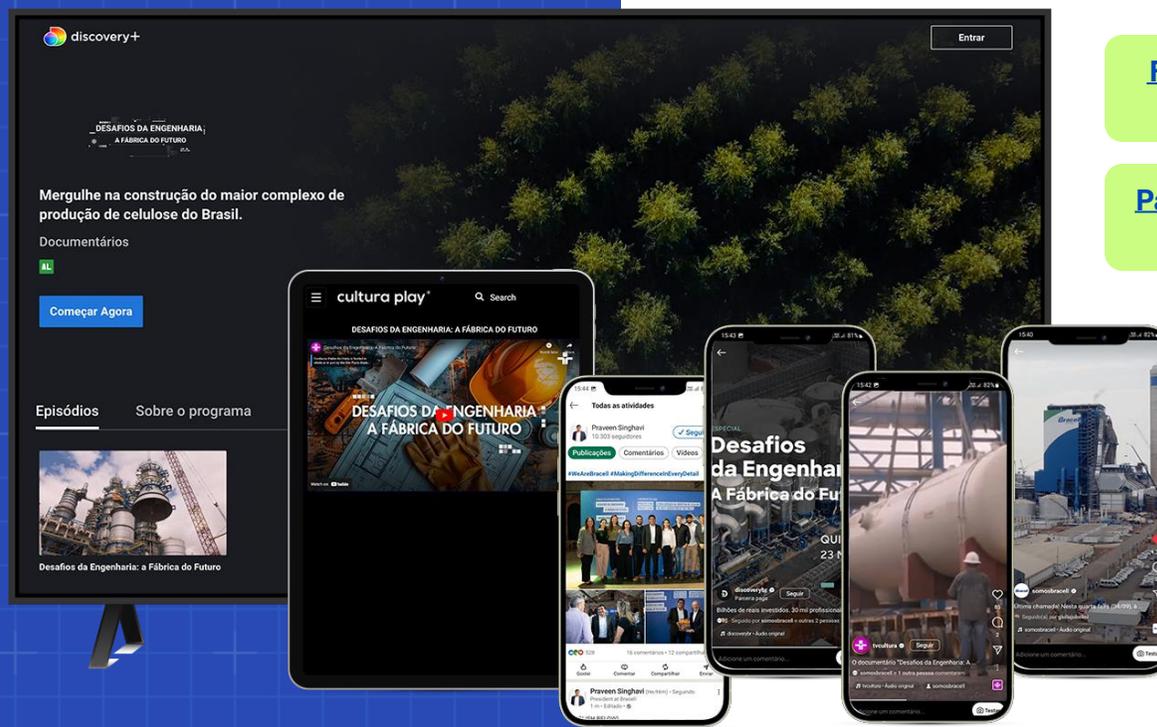
telespectadores impactados divididos da seguinte maneira:

**96,2** MIL

telespectadores sintonizados nas exibições do documentário (soma das médias das 3 exibições)

**6,8** MIL

visualizações do filme no Cultura Play até a data de fechamento deste relatório (25/09)



# Investimento e

# Evidências

**R\$ 3** MILHÕES

foram investidos, divididos de maneira praticamente igual entre produção e exibição

[Filme disponível no Discovery+](#)

[Filme disponível no Cultura Play](#)

[Página do filme no site da Bracell](#)

[Posts nas redes da Bracell](#)

[Post no LinkedIn do Praveen Singhavi, presidente da Bracell](#)

[Posts nas redes da Discovery](#)

[Posts nas redes da TV Cultura](#)

# A fábrica do futuro

## Desafios da Comunicação

### Epílogo

Ao fim do filme, com a fábrica construída, os personagens se emocionam e respiram aliviados, com a sensação de dever cumprido. É também dessa forma que o documentário chega ao Prêmio Jatobá 2024, coincidentemente no fim do plano de comunicação, com a certeza, evidenciada pelos dados, de que essa mídia audiovisual entregou o valor esperado. O filme combina a dureza da engenharia com a emoção da superação humana, une o global da maior e mais verde fábrica do mundo ao local dos homens e mulheres que se dedicaram a ela em uma cidade do interior do Brasil.

Além disso, conecta a linguagem documental de entretenimento à necessidade de transmitir as mensagens-chave de uma companhia que está no País para fazer a diferença em cada detalhe. "Desafios da Engenharia: A Fábrica do Futuro" tem como cenário uma unidade industrial, mas seus protagonistas são os seres-humanos que povoaram esse ambiente. É por isso que o filme impactou milhões de espectadores e foi bem-sucedido em consolidar a Bracell como uma empresa de celulose que está na vanguarda da sustentabilidade e que coloca as pessoas no centro de tudo que faz.

