

5.

Análise de Caso: Relatório da BP - *British Petroleum* 2010

“Estamos na era da crise definitiva do progresso linear e necessário. O progresso não é o motor quase providencial da história humana. O progresso tecnológico não poderia ser o motor e a garantia do progresso humano. Há possibilidades de tal progresso, mas ele não conseguiria ser irreversível; todo progresso necessita de uma regeneração permanente” (Edgard Morin “O método 5: A humanidade da humanidade, 2007, p. 219)

Neste capítulo iremos analisar a comunicação da BP a partir de seu relatório de sustentabilidade de 2010 (Figura 1), buscando melhor entender se por meio desta publicação essa multinacional do petróleo traduziu de fato o compromisso e o engajamento na sustentabilidade. Nosso foco será o texto da carta do presidente.



Figura 1 - Relatório de Sustentabilidade da *British Petroleum* de 2010.

Esta empresa foi escolhida devido ao acidente ambiental ocorrido no Golfo do México cuja repercussão mundial foi grande e teve notória cobertura pela mídia. O acidente em abril de 2010 com a plataforma de petróleo *Deepwater*

Horizon que operava para a empresa causou 11 perdas em vidas humanas e um número maior ainda – até hoje não calculado, de vidas de espécies animais e vegetais dos ecossistemas afetados pelo vazamento e pela explosão da plataforma.

Trata-se de um tema relevante para a sociedade em geral. Sabemos que nossa civilização tem na sua matriz energética principal o uso de combustíveis fósseis como petróleo e carvão. Assim, escolher uma companhia multinacional, cuja trajetória é parte da história da própria indústria do petróleo não é uma opção aleatória, mas uma decisão estudada e inserida num contexto mais amplo.

Relembrando Giddens (2010, p. 29): “A sociedade moderna se baseia maciçamente no petróleo, não só no que concerne à energia, mas também pelo fato de ele figurar em inúmeros produtos manufaturados”. A produção e o consumo do petróleo se conectam a uma imensa cadeia econômica, como a da indústria automotiva, e mais ainda, a própria mobilidade das forças armadas das grandes potências, inserindo-se como uma *commodity* de grande importância na geopolítica mundial, bem como fator de atividade econômica de diferentes países.

Também é valiosa essa análise para a sociedade brasileira, uma vez que os elevados investimentos para exploração de petróleo na chamada área do Pré-Sal da costa brasileira representam objetivo estratégico nacional, gerando enorme expectativa para a população, bem como uma pauta permanente na mídia.

Não há como negar que tal perspectiva, apesar de promissora do ponto de vista puramente econômico, carrega riscos ao meio ambiente e assim à população.

Após o acidente da BP, numa entrevista para o jornal Valor Econômico José Sérgio Gabrielli, presidente da Petrobras, afirmou que: "o setor não desenvolveu tecnologia nem equipamentos para respostas rápidas e adequadas a um acidente dessa proporção". Complementando: "precisamos melhorar a capacidade de mobilização fora da companhia, das Forças Armadas, governos e defesa civil".

É fato que o tema a todos interessa. As promessas e as perspectivas de geração de riqueza nacional se atrelam a discursos emocionais com apelos ao ufanismo, embalados com certezas absolutas de um crescimento econômico,

muitas vezes sem a devida cobertura midiática sobre as contrapartidas de controle da poluição ou prevenção de riscos inerentes a esse tipo de operação exploratória nas profundezas do alto mar.

Pensando nisso, vamos utilizar como foco de nossa análise o Relatório de Sustentabilidade da BP de 2010, cujo balanço geral relata não somente o trágico acidente daquele ano, mas reúne em suas páginas novos detalhes sobre as operações da empresa, retratando as influências da BP nas suas dimensões sociais, ambientais e econômicas. O relatório *BP Sustainability Review 2010*, por conta da envergadura do acidente, é um documento de valor histórico na trajetória da comunicação da BP.

Para nos apoiar nessa análise, teremos como referências comparativas as premissas da *Global Reporting Initiative* (GRI), organização internacional cujas orientações na busca e na mensuração dos indicadores de sustentabilidade, em diferentes dimensões, se propõem a apoiar empresas de diferentes setores. A GRI é utilizada pela própria BP em seus relatórios e dessa forma, um olhar mais atento para seus princípios de referência nos dão pistas valiosas sobre o processo de relato, envolvendo as questões ambientais, sociais e econômicas, tão caras à sustentabilidade.

Outra fonte de comparação será o documento intitulado “Ética e Sustentabilidade” da Secretaria de Políticas para o Desenvolvimento Sustentável do Ministério do Meio Ambiente, de 2006, que traz um texto reflexivo elaborado pelo teólogo Leonardo Boff.

Também serão referências valiosas as reflexões surgidas durante o Encontro “Comunicadores para uma Sociedade Sustentável”, realizado em outubro de 2011 na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

Durante esse encontro foram discutidas as características e a dinâmica de uma comunicação para uma sociedade que se deseja sustentável de fato, com a participação de jornalistas, publicitários, profissionais de relações públicas além de professores, estudantes e convidados.

O encontro foi realizado exatamente para estimular novas abordagens para a questão do comunicador e seu papel diante da “sustentabilidade” – questão base deste trabalho, considerando temas e reflexões para os comunicadores, enquanto tradutores dessa tão almejada sustentabilidade para os diferentes atores sociais que interagem na sociedade, influenciando e sendo influenciados nessa dinâmica.

Como a abrangência do tema possui fronteiras ainda não definidas tecnicamente, além de possuir referenciais teóricos abrangentes e complexos, também teremos ao longo dessa análise exemplos e pontuações comparativas de diferentes autores, pensadores e professores traduzidos por meio de suas obras e opiniões.

Outra fonte de consulta serão os jornais O Globo, Folha de São Paulo, em suas edições *on-line* e que registraram a cronologia e o desenrolar da tragédia. Também não abriremos mão de referências ao *website* da empresa, bem como de outras eventuais referências de jornais norte-americanos.

Não temos a pretensão de analisar todas as questões presentes no relatório, e por isso, para estreitar nosso foco na Carta do Presidente (*Letter from our Group Chief Executive*), pois acreditamos ser o texto balizador de todo o discurso corporativo, palavra da alta liderança da companhia e orientador do futuro da empresa. Na verdade, um texto de importância histórica diante da envergadura da tragédia.

Lembramos que nosso objetivo nesta pesquisa é abrir novas pistas para que a comunicação nas empresas consiga melhor traduzir aspectos inerentes à sustentabilidade, enquanto meta das organizações. Nessa direção, um olhar mais atento à comunicação da sustentabilidade da BP e da palavra do seu presidente pode revelar caminhos capazes de contribuir, de fato, para comunicadores numa sociedade que busca a sustentabilidade.

Ao longo desta etapa, citaremos Edgard Morin e sua obra “O método 5: a humanidade da humanidade”, cuja força das ideias nos incentivou a inserir determinados trechos à título de provocação e estímulo em nosso trabalho. Como diz Juremir Machado da Silva, resenhista do livro, trata-se de uma viagem por

caminhos “que se bifurcam: a lição pela poeira das estradas cósmicas da inteligência e da reflexão”.

5.1.

Apresentação geral da empresa BP - *British Petroleum*

“O romance de Stevenson mostra como o honrado doutor Jekyll pode transformar-se num monstro criminoso, Mister Hyde. Cada um, sem dúvida, tem, em estado latente, um Mister e um mistério Hyde. Enfrentamos a descontinuidade da identidade, passando de um ser generoso a um assassino potencial, de uma ser desprezível a um ser adorável.” (Edgard Morin - “O método 5: a humanidade da humanidade, 2007, p. 90)

A BP é hoje uma das maiores petroleiras do mundo. Possui sua sede em Londres, na Inglaterra e um escritório central em Houston, nos EUA. Como organização possui mais de cem anos e sua origem remonta a 1901 e ao nome de William Knox D’Arcy, empresário que negociou os direitos de exploração do petróleo na antiga Pérsia (hoje Irã).

Em 1913, o governo inglês adquiriu uma participação majoritária na empresa, mas durante o programa de privatização de Margaret Thatcher, entre 1979 e 1987, o governo britânico vendeu suas ações. Em 1998, a companhia fundiu-se com a Amoco (antiga *Standard Oil of India*).

A empresa possuiu vários nomes antes de tornar-se apenas BP: *Anglo-Persian Oil Company* (1908), *AIOC - Anglo-Iranian Oil Company* (1935), *British Petroleum* (1954), *BP Amoco* (1998) e, somente em 2000, seu nome atual “BP”. Nessa ocasião, a empresa mudou radicalmente a sua logomarca utilizando-se de *design* simbolizando o próprio Sol (na verdade, segundo o *website* da BP, o Deus Helios da mitologia grega) e utilizando-se também do *slogan* *Beyond Petroleum*, um acróstico que na tradução para o português seria algo como “Além do Petróleo”.

Certamente uma mensagem publicitária prometendo e simbolizando seu compromisso com a busca por fontes de energia mais limpas e menos danosas ao meio ambiente. Imagem que desmoronou por completo diante do desastre no Golfo do México.

De acordo com o Relatório de Sustentabilidade de 2010 (*BP Sustainability Review 2010*) seu negócio é encontrar, produzir e comercializar recursos energéticos naturais do mundo (“*finding, producing and marketing the world's natural energy resources*”). A empresa possui mais de 79 mil empregados e opera em seis continentes, trabalhando em mais de 80 países.

No Brasil, a empresa está presente desde 1957 com a marca Castrol de óleos lubrificantes. Recentemente, a BP também começou a produzir etanol de cana-de-açúcar por meio de sua empresa Tropical BioEnergia Ltda, operando usinas nas cidades de Edéia e Itumbiara (GO) e Ituiutaba (MG).

Uma questão importante para nos guiar na análise da comunicação para a sustentabilidade da BP é o cenário geopolítico sobre o qual as empresas de petróleo operaram ao longo dos anos.

Não é novidade na história que muitos conflitos armados tenham ocorrido por força da necessidade de controlar e garantir o acesso ao petróleo. Conflitos militares e golpes de estado em diferentes países como Irã, Iraque, Líbia, Mauritânia, Venezuela, Sudão, Nigéria entre outros atestam essa questão. Com a crescente demanda por energia e a ainda dependência do petróleo como combustível do desenvolvimento, a questão militar parece continuar a ser característica desse mercado.

É Giddens (2009) mais uma vez quem nos oferece um olhar mais atento sobre a questão do petróleo, do conflito e da própria BP, empresa cujo relatório é nosso tema de análise:

“A empresa de petróleo anglo-iraniana, originalmente chamada *Anglo-Persian Oil Company*, e que mais tarde viria a ser a British Petroleum, ou BP – também conhecida como “*Bloody Persians*” (...) foi criada mediante um arranjo unilateral de “concessões”, um sistema também adotado pelas companhias norte-americanas. O país que precisava do petróleo fornecia os conhecimentos especializados e a tecnologia para localizar e extrair o produto; o país que o possuía era pago em termos de volume extraído. Assim, países coloniais ou ex-coloniais tornaram-se Estados “rentistas” – a renda fluía para eles sem os processos correspondentes de desenvolvimento econômico. Mesmo dentro da própria indústria petrolífera, os conhecimentos especializados raramente eram partilhados com as nações anfitriãs. Esses fenômenos (...) encontram-se na origem da “maldição do petróleo” que aflige inúmeros países baseados nele. A considerável riqueza gerada pela presença do petróleo e de outros recursos minerais é transportada para o exterior ou acaba nas mãos das elites locais”.

Ao fazer referência sobre a história do petróleo como “a história do imperialismo”, o autor esclarece um pouco o tema conhecido como “a maldição do petróleo”, enquanto objeto de barganha econômica e política.

Colocando a questão da sustentabilidade nessa pauta, salientamos que o petróleo também é um elemento maldito para o ambiente.

Como indústria derivada de um recurso fóssil, resultado da decomposição milenar de organismos mortos, qualquer compensação por seus processos poluentes ainda parece insuficiente quando ocorrem acidentes ambientais.

Uma característica que nos remete à Smeraldi (2009, p. 156) quando aponta que em princípio qualquer negócio tradicional pode incentivar o desenvolvimento sustentável desde que não se questione sobre sua ética “como ocorre com as indústrias de armas ou de tabaco – ou que esteja baseado em recursos destinados a se esgotar” como nos segmentos de petróleo ou outros combustíveis de origem fóssil.

5.2. Descrição do acidente

“O impensado e o impensável estão mais presentes do que nunca. Nosso conhecimento alcança a ignorância arrogante que se ignora, mas a ignorância nascida do conhecimento que se reconhece ignorante.” (Edgard Morin - O método 5: a humanidade da humanidade, 2007, p. 292)

No dia 20 de abril de 2010, uma liberação de gás, segundo informação do *site* da BP, provocou uma explosão na plataforma de petróleo *Deepwater Horizon* cujos trabalhos de exploração de petróleo em águas profundas aconteciam no

Golfo do México.

A plataforma era a base para os empregados da companhia trabalharem na exploração de petróleo em águas profundas, no Projeto Macondo, localizado no Golfo do México em área próxima ao litoral dos EUA.

A plataforma era operada pela empresa Transocean, contratada pela BP para essa operação. No acidente, também estava envolvida a empresa norte americana *Halliburton Energy Services* que era especializada na utilização de um cimento específico para o controle da perfuração do poço.

Com a explosão, seguida de um incêndio gigantesco que durou mais de 36 horas (Figuras 2 e 3), a plataforma inteira afundou no mar. Com seu naufrágio, o rompimento de diversas tubulações no fundo do oceano causou vazamento de petróleo estimado entre 3 a 4 milhões de barris, durante 86 dias seguidos, atingindo 4.800 quilômetros de costa e restingas, sendo assim considerado um dos piores acidentes ambientais da história dos Estados Unidos e talvez do planeta.



Figura 2 - Incêndio na plataforma de petróleo *Deepwater Horizon* (20/04/2010).
Fonte: <http://www.robbedwards.com/2010/12/2010-the-bp-oil-disaster-in-the-gulf-of-mexico.html>



Figura 3 - Incêndio na plataforma de petróleo *Deepwater Horizon*.

Fonte: <http://newsone.com/nation/newsonestaff4/bp-internal-probe-finds-error-by-own-engineers-led-to-explosion/>

De acordo com o jornal O Globo, em sua edição de 20.04.2011 e segundo informações de um relatório da BP, esclareceu que:

“O acidente começou com um fracasso integrado, que foi seguido por uma falta de controle da pressão do fluido no poço. O sistema de segurança contra explosões, que deveria vedar o poço automaticamente em caso de perda de controle, também falhou. Hidrocarbonetos então dispararam do poço num ritmo incontrolável e inflamado, causando uma série de explosões”.

Entre os mais de 140 empregados que trabalhavam na plataforma, 11 pessoas morreram e muitas outras ficaram feridas.

Ainda segundo O Globo, citando o mesmo relatório, teriam sido utilizados dez processos técnicos diferentes para buscar uma solução rápida para estancar a saída de óleo. Primeiramente, foram vários os esforços para lacrar o sistema de prevenção de explosões com um tipo de robô-veículo operado à distância.

Numa segunda tentativa, foram usadas dez diferentes técnicas para tentar conter o vazamento. Depois, especialistas tentaram cobrir a estrutura com um tipo de tampa e mais tarde os engenheiros tentaram “matar o poço injetando lama no interior do sistema”. Toda essa capacitação tecnológica, entretanto, não teve

qualquer êxito, demonstrando mais uma vez o que Guattari (1990, p. 24) já tinha apontado como os limites brutais dos poderes técnico-científicos da humanidade e as “marchas a ré” que a “natureza” nos pode preservar.

Importante conferir como já nos momentos iniciais da tragédia, a BP pensou em utilizar a comunicação de maneira estratégica. Durante os primeiros dias que se seguiram à explosão e ao descontrole completo do vazamento de petróleo no fundo do oceano, segundo o *site* Ecodebates, a BP pretendia lançar uma campanha publicitária:

“A empresa cogitou fazer uma ampla campanha publicitária, mas altos executivos da BP rejeitaram a ideia antes mesmo que esta entrasse na fase de planejamento. “Segundo o nosso ponto de vista, grandes manifestações de arrependimento não têm muita credibilidade”, explicou Andrew Gowers, um porta-voz da BP. Em vez disso, a companhia enviou executivos para participarem de reuniões de nível municipal na região afetada, e recorreu a meios de comunicação social discretos para divulgar os seus esforços de limpeza, bem como as medidas para organizar trabalhos de voluntários.” (Eco Debates - Publicado em maio 11, 2010).

Após quase três meses, os especialistas conseguiram vedar a parte superior do sistema de onde o óleo vazava no fundo do oceano, possibilitando o despejo de grande quantidade de lama e de cimento no interior do poço para tentar reduzir a pressão do fluxo de óleo e estancar o vazamento.

O jornal Folha de São Paulo, em sua edição *on-line* do dia 14 de setembro de 2011, após mais de um ano do acidente destaca que as investigações conduzidas pelo governo dos EUA apontavam falhas gigantescas nos procedimentos da empresa e de suas contratadas, fato que coloca a BP em contradição com seu discurso de sustentabilidade.

De acordo com a Folha de São Paulo, citando as conclusões do relatório de investigação do governo norte-americano:

“O documento, divulgado hoje pelo Boemre, a agência reguladora de exploração oceânica de petróleo do país, enumera os problemas que levaram ao desastre com detalhamento sem precedentes, distribuindo as culpas pela sequência de erros que culminaram no desastre” (Folha de São, edição de 14 de setembro de 2011).

Ainda segundo a mesma matéria publicada sobre o relatório do governo norte-americano, a tragédia foi resultado de uma gestão de riscos ruim com mudanças de planos feitas de maneira irresponsável e uma completa “falha em

respeitar e reagir a indicadores críticos, controle inadequado do poço e treinamento insuficiente para situações de emergência".

Contudo, também é importante destacar que a respeito da comunicação para a sustentabilidade, objeto de nossa análise, no caso da BP, na época do acidente, segundo o jornalista Jeremy Peters do jornal *The New York Times* a imprensa teve grandes dificuldades em ter acesso aos locais onde a empresa trabalhava após o vazamento. Parece que a BP conseguiu, com apoio do governo, cercear informações e imagens dos locais impactados pelo acidente, na costa do Golfo do México, tentando sempre proibir ou dificultar o trabalho dos jornalistas.

Segundo o *The New York Times*, em matéria publicada no dia 09 de junho de 2010:

Jornalistas estão tendo dificuldades para documentar os impactos da explosão da plataforma de petróleo e têm sido repetidamente afastados pela BP e suas empresas terceirizadas, por imposição da lei, pela Guarda Costeira e por funcionários do governo das áreas públicas afetadas pelo vazamento. Para alguns críticos do esforço declarado pela BP em responder ao acidente, colocar a mídia à distância é mais um exemplo do interesse em filtrar as imagens do acidente que o público pode ver.

Certamente uma questão importante no que diz respeito à transparência das relações e da busca por informações, um princípio básico para relatos de sustentabilidade, bem como elo de coerência entre discurso e prática - conforme recomenda a organização GRI, *think thank* da sustentabilidade empresarial mundial.

5.3.

Análise do texto: informações iniciais do relatório

O relatório da BP de 2010 possui como conteúdo mais importante na sua abertura uma tabela chamada *This is BP* ("Isto é a BP") com estatísticas comparativas preocupantes para uma empresa que levantou a bandeira do *Beyond Petroleum*.

Na linha *Safety* ("Segurança"), por exemplo, podemos ver na Tabela 1 que desde 2006 não ocorrem acidentes fatais com os empregados diretos da BP, mas apenas entre as empresas terceirizadas. O que não é nenhum mérito, muito pelo

contrário: sinal de que certas operações, em certas instalações não são seguras o suficiente para serem operadas por empregados da própria BP.

Além disso, apesar dessas mortes de empregados terceirizados terem sido em um número menor do que as do ano de 2009, quando 18 empregados terceirizados morreram, 11 mortes ocorreram no desastre do Golfo do México tema editorial principal de todo o relatório de 2010.

Outro item para análise é o que se refere às lesões registradas (que são na verdade acidentes que não levaram à morte suas vítimas). O número de 1.284 é quase o dobro de 2009. Tratam-se, portanto de condições de trabalho inseguras.

Tabela 1 - Isto é a BP.

Segurança	2006	2007	2008	2009	2010
Fatalidades (empregados)	0	0	0	0	0
Fatalidades (terceiros)	7	4	3	18	14
Casos com dias fora do trabalho (força de trabalho)	188	167	175	134	408
Lesões registradas	1.067	1.060	951	665	1.284

Já na questão de vazamentos de óleo, a quantidade de vazamentos retrata impacto aparentemente despercebido pela mídia, pois vazamentos gigantescos causam muito mais impacto nas manchetes dos jornais do que questões menores.

Para efeito de nossa análise é importante perceber que os vazamentos ao longo do ano acontecem de maneira recorrente e permanente, quase como um item sem controle, apesar de toda tecnologia envolvida.

Uma análise atenta da Tabela 2 vai revelar que em 2008, 170 vazamentos derramaram 3,4 milhões de litros de óleo. Um volume muito maior do que os 1,7

milhões de litros relatados no ano de 2010 (ano do desastre).

Tabela 2 - Quantidade de vazamentos e volume de óleo vazado.

Meio Ambiente	2006	2007	2008	2009	2010
Números de vazamentos de óleo (terra e mar)	300	213	170	122	142
Volume de óleo vazado (em milhões de litros)	2,2	1,0	3,4	1,2	1,7

Talvez seja por comparativos desse tipo que o jornalista Roberto Smeraldi, diretor da OSCIP Amigos da Terra - Amazônia Brasileira, escreva em seu “Novo Manual de Negócios Sustentáveis” que o termo “sustentável” é escolhido cada vez mais para apontar “tudo o que desejamos, mas não sabemos como definir exatamente” e que se torna num “rótulo para qualquer atividade questionável, de forma a torná-la mais aceitável ou menos agressiva aos olhos do interlocutor” (Smeraldi, 2009, p. 19).

No que se refere, por exemplo, à “exatidão”, outro princípio preconizado pela GRI (lembrando que a BP segue o modelo da GRI) é interessante analisarmos uma das várias legendas contidas na tabela sobre meio ambiente, existente no relatório original em inglês, que diz:

Embora existam várias estimativas de terceiros apontando o volume total de petróleo derramado a partir do acidente com a *Deepwater Horizon*, acreditamos que nenhuma determinação exata possa ser feita ou relatada até que as informações e a análise final estiverem concluídas.

Ou seja, o relatório de sustentabilidade não apresenta o volume correto da quantidade de óleo derramado pelo acidente, não considerando sequer as estimativas existentes de terceiros (governos, mídia, ONGs ambientais entre outras). Esse fato pode ser entendido observando-se a linha comparativa referente ao tema “Volume de óleo vazado” apresentado na Tabela 2. O total de 1,7 milhões de litros do ano de 2010 não inclui o total estimado pelo vazamento, o que provavelmente iria multiplicar esse total. Certamente um número que espantaria

qualquer leitor do relatório de sustentabilidade da empresa.

Diante disso, lembramos a Profa. Dra. Patrícia Almeida Ashley, que durante o “Encontro Comunicadores para uma Sociedade Sustentável” na PUC Rio, refletiu sobre a “questão do comunicador, enquanto um cidadão, estar pronto para fazer perguntas, questionar práticas e discursos” perguntando a seguir, como um “produto com péssima história social ou ambiental para contar, pode ser aceito para consumo?”.

Vale ressaltar que os princípios da “transparência” e da “comparabilidade” (bem como da “exatidão”) de que fala a GRI nas suas orientações para a elaboração de um relatório de sustentabilidade, são fatores fundamentais para qualquer empresa que almeja alguma credibilidade para sua comunicação.

Tendo esses dois itens “segurança” e “meio ambiente” pontuados na abertura do relatório, passemos agora a analisar o discurso do presidente da BP, discurso este que dá voz a mensagem da organização e que certamente pode ser considerada a palavra estruturante do modelo de negócio (e modelo de sustentabilidade) divulgado, incentivado e praticado.

5.4.

A mensagem do presidente

“A consciência permite não somente a reflexão do espírito sobre todas as coisas e a vigilância crítica, mas também a mediação. A falsa consciência é pior que a inconsciência, pois está convencida de ser a verdadeira consciência; as cretinas boas consciências são as piores falsas consciências.” (Edgard Morin - “O método 5: a humanidade da humanidade, 2007, p. 112)

Para iniciar nossa análise, iremos cobrir o texto assinado pelo executivo chefe do grupo, Bob Dudley, mensagem de abertura do Relatório de Sustentabilidade da BP.

Dado fundamental para o início da análise da Carta do Presidente é lembrar que o ex-presidente-executivo da BP, Tony Hayward, que trabalhava na BP há 28 anos e foi o responsável pela condução da crise detonada pelo vazamento de óleo, foi demitido pela companhia em agosto de 2010.

Tony Hayward era inglês e recebeu pesadas críticas por sua conduta, como

quando foi visto numa regata de barcos à vela logo após o acidente. Já seu sucessor, o diretor administrativo da BP, Bob Dudley, e que já estava à frente dos esforços para amenizar os impactos na região, já teria a vantagem diante da opinião pública de ser norte-americano e ter crescido no Mississippi.

É Murad (2011) quem nos lembra que a alta direção da empresa é a “face pública da organização”. Assim, poderíamos completar este raciocínio afirmando que a palavra dessa liderança é a própria voz da organização. Portanto, dentro do contexto do acidente e da edição do relatório, a carta do presidente da BP é a mensagem mais relevante do conjunto da publicação.

Em seu parágrafo inicial, a carta do executivo chefe da BP faz referência ao histórico de sustentabilidade da empresa, imediatamente apontando que diante da tragédia do Golfo, o ano de 2010 colocou em dúvida toda a trajetória de sustentabilidade da companhia.

Contudo, em seguida, após apontar a perda irreparável de 11 vidas já insere uma mensagem de reconstrução da confiança na BP e no seu futuro.

“A cada ano, o reporte de sustentabilidade da BP analisa como o nosso progresso contribui para nossas perspectivas de longo prazo enquanto companhia e para a sociedade como um todo. Este reporte deve, assim, começar com um reconhecimento: o ano de 2010 colocou a sustentabilidade da BP em xeque. O acidente trágico, no Golfo do México, no dia 20 de abril de 2010, nos custou 11 vidas, provocando um grande derramamento de petróleo e a perda generalizada de confiança na BP. Estamos muito tristes pelo que aconteceu. Nada vai substituir as pessoas que morreram e os nossos pensamentos permanecem com seus parentes queridos. Nossa tarefa agora é reconquistar a confiança perdida e construir uma BP sustentável.

Numa visão racional e através de uma linguagem típica do meio corporativo, ressalta que o relato irá explicar as medidas que estão em andamento para reforçar a segurança na empresa, restaurar a confiança e construir “valor aos acionistas” de maneira responsável no longo prazo.

Este reporte explica as medidas que estamos tomando para reforçar a segurança, restaurar a confiança e construir valor para os nossos acionistas, de forma responsável, no longo prazo.

Ora, a “maneira responsável” só pode ser considerada como retórica, uma vez que nenhuma empresa iria pensar em trabalhar de “maneira irresponsável”.

Já no parágrafo seguinte, o texto relata o acidente transmitindo o tom pessoal do executivo à visão da tragédia (numa referência a sua infância no Mississippi e seu conhecimento do Golfo do México) para apontar quantitativamente (48 mil pessoas, 6.500 navios e 125 aeronaves) as ações tomadas, seja pelo número de pessoas envolvidas na resposta da empresa à tragédia, na quantidade de navios e aviões empregados e ao volume de dinheiro colocado para reparar danos econômicos, ambientais e de saúde.

“A explosão na plataforma *Deepwater Horizon* e o derramamento de petróleo foram acontecimentos terríveis que nunca poderiam ter acontecido. Eu conheço bem a costa do Golfo do México, pois cresci no Mississippi e fiquei profundamente triste com o grande impacto sobre o ambiente e a economia local. Nós assumimos a imediata responsabilidade sobre o acidente e nossos esforços para uma pronta resposta foi de uma envergadura sem precedentes. Tivemos 48 mil pessoas, 6.500 navios e 125 aeronaves envolvidas. Nós estabelecemos um total de 20 bilhões de dólares para o fundo *Deepwater Horizon Oil Spil* para reivindicações e outros custos e providenciamos centenas de milhares de dólares para programas econômicos, ambientais e de saúde.”

Além disso, faz referência à suspensão de pagamentos de dividendos além de venda de ativos para cumprir compromissos comerciais assumidos. Neste trecho podemos perceber a clara preocupação de se mostrar que a empresa apesar do desembolso milionário com despesas inesperadas, ainda possui capacidade financeira para manter-se no mercado.

“Foram suspensos os pagamentos de dividendos durante três trimestres e colocamos à venda ativos da companhia, na ordem de 30 bilhões de dólares, para garantir a confiança de que iremos cumprir nossas obrigações em 2010 e nos anos seguintes”.

Vale ressaltar que em nenhum momento o texto do presidente faz referência à morte de animais e peixes devido ao volume gigantesco de óleo derramado. Nesse sentido, a matéria disponível no *site* do ativista ambiental e jornalista norte-americano Rob Edwards, nos esclarece com maior precisão as informações relativas a esse tema:

“Os danos à vida selvagem foram generalizados. Em novembro (de 2010) mais de 6.800 animais mortos foram coletados da área, incluindo 6.100 aves, 600 tartarugas marinhas e 100 golfinhos entre outros mamíferos”.

Na fala seguinte da mensagem do executivo chefe da BP, Bob Dudley, refere-se ao processo de recuperar e garantir a segurança de suas operações

buscando a diminuição de riscos inerentes à própria atividade.

Importante pontuar que nesse trecho o executivo também faz referência a outras três mortes ocorridas na BP no ano de 2010 (*“During 2010, we suffered three fatalities besides those sustained in the Deepwater Horizon accident”*), fora as 11 vidas perdidas na tragédia da explosão da plataforma *Deepwater Horizon*.

Ashley escreve que o campo de “livre-arbítrio dos controladores e da direção da empresa interfere na expressão dos seus respectivos fatores individuais e na sua interação com os fatores ambientais” (Ashley, 2004, p 68) e que estes interferem no nível moral que a liderança deseja para a organização.

É Ashley também quem nos estimula a perceber que os direcionamentos da liderança não podem ser de fato concretizados se o direcionamento moral, através do exemplo e da prática, está desalinhado ao processo de comunicação, de diálogo.

Questão interessante da comunicação para a sustentabilidade na BP se refere ao fato de que, caso o acidente não tivesse ocorrido, a necessidade de transparência e diálogo com seus diferentes públicos afetados pela tragédia existiria?

De qualquer modo, diante de uma crise dessa envergadura, é fundamental percebermos o valor da comunicação e do diálogo para empresas que se desejam “ser sustentáveis” ou mesmo readquirir a confiança nas suas promessas de marca e de valor.

Nesse sentido, é o jornalista Francisco Viana, mestre em filosofia Política (PUC-SP) em seu artigo “Diálogo, antídoto para as crises” quem melhor nos esclarece a respeito da questão:

O diálogo é o melhor antídoto contra as situações de crise – o melhor seria dizer a doença das crises. Não o diálogo passivo, mas o diálogo ativo em que se ganha, se perde, se cede, se conquista a confiança. O diálogo em que as mudanças acontecem. Não ficam na retórica ou no desejo. Porém, o mais eficaz ainda é algo nasce e deve ser cultivado a partir do diálogo: o relacionamento. A falta de diálogo desagrega, dispersa e fragmenta a imagem-reputação-identidade da organização em situações em que sua credibilidade se torna frágil ou vulnerável. Na realidade, o diálogo é difícil porque implica em mudança. Implica em rever a gestão, rever lucros, rever políticas públicas. Significa democratizar, de fato, o capital e valorizar o trabalho.

Continuando no seu texto de abertura, o líder da BP faz referência a parcerias e a troca de conhecimentos compartilhados entre empresa, técnicos, governo e outras partes interessadas para ampliar a segurança e reduzir riscos operacionais.

Importante observar o uso das palavras “segura” (*safer*) e “mais forte” ou “fortalecida” (*stronger*): a empresa precisa manter sua posição no mercado, pois o valor das suas ações nas bolsas de valores depende de uma percepção de solidez que demanda a garantia da segurança de quem faz a aplicação financeira nos papéis da BP.

“Assim como no cumprimento de nossas obrigações no Golfo do México, estamos focados na construção de uma BP mais segura e mais forte em todos os lugares onde operamos. Nossa determinação irá conduzir a forma como administramos o risco, como trabalhamos, como fazemos parcerias e como nós recompensamos os nossos colaboradores. Para garantir que nossas melhorias na segurança e na gestão de riscos se concretizem rapidamente, por completo e de forma eficaz, estamos montando um programa de mudanças de grande envergadura. Nós criamos uma nova função profissional especializada em riscos operacionais e segurança com pessoal inserido nos processos de negócio da BP e trabalhando em cooperação com nossos gerentes de linha, orientando-os, aconselhando-os e, se necessário, intervindo diretamente na operação. Além disso, acatamos as recomendações feitas no relatório de investigação publicado em setembro de 2010.

Uma outra observação importante nesse trecho das palavras do presidente da BP trata de um tipo “especialista” de profissional criado para os riscos operacionais e a segurança com pessoal inserido nos processos. Ou seja, a BP criou nova função profissional com um especialista em riscos para dar conta desse desafio que é garantir a segurança nos trabalhos. Sem mergulharmos profundamente na questão das habilidades de um trabalhador, pois nosso foco se fixa na comunicação, podemos questionar tal atitude uma vez que a necessidade de se entender a sustentabilidade como dimensão ampla e sistêmica parece

fragmentar a responsabilidade das atitudes cuidadosas e seguras para apenas um agente.

E como garantir resultados satisfatórios através desse profissional quando no relacionamento com empresas parceiras como a Haliburton e a Transocean? Isso nos faz relembrar novamente as reflexões do “Encontro Comunicadores para a Sustentabilidade”, quando a jornalista Sonia Araripe descreveu os casos da Arezzo, da Inditex e da Zara, atuantes na área de moda, que tiveram, ao longo de 2011, crises de imagem e reputação por conta do lançamento de uma coleção fabricada a partir de peles de animais e por conta de roupas fabricadas “por terceiros” - costuradas sob condições análogas à escravidão. Ou seja, empresas que não tiveram o devido cuidado com suas responsabilidades compartilhadas na cadeia de valor e no trabalho de seus fornecedores e prestadores de serviço (a Haliburton e a Transocean eram empresas parceiras da BP na operação da plataforma *Deepwater Horizon*).

Já no trecho seguinte, notamos a questão da rede de conversas, de diálogos tão necessária para a construção de uma organização que se quer “sustentável”. No uso das palavras “segura” (*safer*) e “mais forte” ou “fortalecida” (*stronger*): a empresa precisa manter seu valor no mercado:

Estamos também compartilhando com a indústria, o governo e os órgãos reguladores, nosso aprendizado sobre processos de perfuração em águas profundas e possíveis respostas para vazamentos de óleo. Estamos cooperando com uma série de investigações e apoiando iniciativas para as mudanças necessárias. Em 2010, além das perdas de vidas no acidente da *Deepwater Horizon* também tivemos outras três fatalidades – uma perda que lamentamos profundamente – além de termos nosso nível de ferimentos também aumentado devido a nossas ações de resposta em relação ao acidente, como por exemplo, a limpeza de praias. Nós entendemos a necessidade de garantir a entrega de serviços seguros e produtivos. Nós fizemos algum progresso, mas sabemos que temos muito mais a ser feito. Devido a natureza do nosso negócio sabemos que não vamos eliminar os riscos, mas podemos trabalhar com outros parceiros para entender, limitar e gerenciar os riscos. Os conhecimentos de outros segmentos industriais além dos nossos vai nos ajudar nesse sentido.

Se concordarmos com Beck (1992 *apud* Aguiar, 2008) de que uma das características da atualidade é “produção de riscos globais” iremos traçar novo paralelo entre a incoerência da comunicação da BP e a prática empresarial em questão.

Nas palavras do presidente da BP, percebemos ambiguidades relativas à questão dos riscos como no trecho: “*Our determination will drive how we manage risk, how we operate, how we partner with others and how we reward our employees.*”(Nossa determinação irá conduzir a forma como administramos o risco, como trabalhamos, como fazemos parcerias e como nós recompensamos os nossos colaboradores”). Ou seja, confere-se a “determinação” enquanto talvez sinônimo de uma força de vontade, um desejo a maneira como deverão administrar riscos, operar, fazer parcerias e até recompensar os colaboradores. Algo, por certo, por demais ligado a uma espécie de mito corporativo, onipotente, emanando da sala de presidência e como que fluindo naturalmente e permeando a organização e seus milhares de empregados e parceiros. Portanto, de fato, uma quimera.

É Giddens (2010, p. 53) quem analisa essa questão dos riscos, lembrando que o pensamento apocalíptico parece predominar no mundo atual e aponta que preocupação com a segurança nos faz ver “ameaças em todo o canto”. Mesmo assim, a indústria de petróleo enquanto um combustível fóssil requer um olhar permanente sobre riscos possíveis e preocupação real com a segurança e de certa forma estaria num discurso contrário a essa tendência.

Na mensagem do presidente da BP, o que mais podemos perceber é a tentativa de reforçar a ideia de retomada de controle, de melhoria de gestão, de fortalecimento da segurança e demais de processos buscando atenuar a imagem dos riscos e de tragédias similares. Lembramos que os investidores não costumam colocar seu dinheiro em cenários apocalípticos, muito pelo contrário. Daí a retórica de confiança permanente na capacidade de “resposta” da empresa em curar as feridas do desastre, bem como na sua capacidade de manter-se lucrativa como negócio no mercado.

Além disso, se relembarmos os acidentes da indústria petrolífera mais recentes, o histórico desse segmento industrial não permite qualquer deslize quanto à falta de informação para emergências, qualquer relaxamento na vigilância de possíveis falhas, bem como uma “pronta resposta” de qualquer empresa para acidentes de envergadura como o da BP.

As palavras do texto de abertura, ao relatar o ocorrido de maneira transparente (até onde o negócio não corra o risco completo de desaparecer) começam a descortinar, talvez, uma impossibilidade: a construção da sustentabilidade real da BP pode exigir a mudança completa de seu modelo empresarial industrial atual e quem sabe, o fim da própria exploração de petróleo.

Como a comunicação para a sustentabilidade pode atuar nesse sentido vai depender muito da atitude, da consciência e do conhecimento do comunicador empresarial inserido nesse negócio.

Nessa linha de raciocínio, ao relembrarmos a mudança da marca da BP e seu conceito de comunicação “Além do Petróleo”, a promessa desse discurso seria exatamente essa mudança. Contudo, a transformação não parece ser meta ou objetivo da empresa e da administração de fato. Senão, vejamos a continuidade do discurso do executivo:

“A missão da BP para 2011 em diante é crescer em valor para nossos acionistas de um modo seguro e sustentado. 2011 vai ser um ano de consolidação no qual nós vamos focar em nossa prioridade número um: a segurança, fortalecendo os nossos direcionadores de longo prazo como gerenciamento de riscos, competências e relacionamentos. Nós vamos investir em áreas onde nos destacamos e também vamos entrar em novos campos de relacionamento.”

Bob Dudley, o executivo chefe da BP informa que a missão da BP para o ano de 2011 seria o de “crescer em valor para os nossos acionistas de um modo seguro e sustentado”, reiterando sua preocupação exclusiva com o resultado financeiro, apesar de adotar uma retórica “verde” sustentável.

Se lembrarmos de Guattari (1999, p. 55), sua “ecologia mental” que propõe revalorizar a cultura, a vida cotidiana e o trabalho em função de indicadores diferentes daqueles baseados somente no lucro, já temos uma nova percepção sobre o discurso do executivo. A mudança na BP seria realmente para valer? Por que então separar a “segurança” (*safety*) da sustentabilidade? Não seria ela uma questão inseparável de nascença.

Nesse trecho do texto podemos perceber a confusão entre o conceito “sustentável” enquanto sinônimo de perene, de tempo e longo prazo, da ideia de equilíbrio entre as dimensões ambientais, sociais e econômicas aparentemente

longe da interpretação do executivo.

É preciso reconhecer as fragilidades da condição humana e cuidar da nossa natureza, de nossos “fantasmas que habitam as mais íntimas esferas” (Guattari, *idem*, p. 55) para sermos capazes de cuidar da “natureza” exterior.

Novamente no trecho seguinte a mesma incoerência parece repetir-se. Quando o presidente afirma que a BP está remodelando (*reshaping*) os negócios com o foco no crescimento de “mercados emergentes”, novamente está focado na questão puramente econômica.

“Também estamos nos desfazendo de negócios que são mais valiosos e estratégicos para outras empresas do que para nós. Esse movimento inclui a remodelação no *downstream* dos nossos negócios para melhor nos adaptarmos às mudanças nos padrões de demanda por energia global, onde o crescimento está concentrado nos mercados emergentes. Um dos resultados dessa estratégia são a nossa decisão de alienar algumas empresas com sede nos EUA, como as refinarias de Texas City e Carson. Nós apreciamos muito o trabalho que nossas equipes realizaram nesses locais. Em Texas City, um grande progresso em termos de segurança foi feito desde o acidente de 2005. Temos o compromisso de fazer a transição dessas operações com respeito e sensibilidade, pois temos responsabilidades diante das comunidades onde atuamos”.

Ao analisarmos ainda o mesmo trecho e ao lembrarmos a mudança da marca da BP e seu conceito de comunicação “Além do Petróleo”, a promessa do discurso do presidente da empresa seria exatamente apresentar esta mudança.

Mas o próprio fato de que a BP teve, em 2005, em Texas City um acidente (em terra) reforça a percepção de que, ano após ano, a tal mudança rumo à sustentabilidade parece estar longe de uma concretização. A solução empresarial revela-se no que não é dito: a vendas das operações “com respeito e sensibilidade” (*respect and sensibility*) pode significar aparentemente que a empresa está no rumo de seu *slogan*, além do petróleo, ou simplesmente quer se desfazer de operações problemáticas, cuja lucratividade pode estar comprometida.

Cabe citarmos aqui, o manifesto *Ética para Sostenibilidad* elaborado por ativistas, intelectuais e lideranças latino-americanas durante o *Simposio sobre Ética y Desarrollo Sustentable* na cidade de Bogotá (Colômbia), em 2002. Nesse documento, são colocadas questões a respeito de uma ética ambiental associada a uma razão humana que seja capaz de rever conceitos como progresso e

crescimento econômico.

Num dos trechos do manifesto, os autores ressaltam que o avanço científico foi acompanhado por uma verdadeira ideologia do progresso econômico e de “domínio da natureza” que privilegiou modelos mecanicistas e quantitativos da realidade, ignorando dimensões “qualitativas, subjetivas e sistêmicas” que poderiam alimentar outras formas de conhecimento.

Dessa forma, parece-nos claro que a comunicação da BP tenta exatamente guiar-se pela linha da racionalidade técnico-econômica, privilegiando o quantitativo e ignorando as dimensões subjetivas da vida. Talvez por falta de uma consciência mais ampla, como defendem Guattari, Boff e Ashley, com uma visão fragmentada que considera apenas a economia em detrimento de um cuidado mais amplo de outras variáveis.

A leitura do trecho seguinte revela parcerias com companhias de petróleo russa e indiana para exploração em áreas de ecossistemas sensíveis como o Ártico e o Oceano Índico:

“Estamos também desenvolvendo parcerias estratégicas com outras companhias de petróleo: a *Rosneft*, na Rússia, e a *Reliance Industries*, na Índia, são dois exemplos dessa estratégia. Com a *Rosneft*, vamos explorar a plataforma continental do Ártico e criaremos, em conjunto, um centro de tecnologia para promover a segurança, a integridade ambiental e a capacidade de resposta diante de emergências com vazamentos de óleo. Através de nosso acordo com a *Reliance*, teremos uma grande participação em uma bacia *offshore* criando uma *joint venture* para o mercado de gás indiano”.

É fácil perceber aqui que o texto embala-se na certeza de uma “capacidade de resposta” mesmo numa região como o Ártico. Os mercados apontados e as *joint ventures* sugerem oportunidades de lucro, mas não apontam riscos ambientais e sociais nesses territórios – mesmo após o acidente ocorrido (quando a BP certamente deveria ter uma “capacidade de resposta” similar diante de alguma emergência – o que não se comprovou. Ou seja, a realidade de um texto não é a realidade de um ambiente: o mapa não é o território.

Diante desse tipo de incoerência, o professor Paulo Nassar da ECA-USP salienta que a expressão sustentabilidade, de tão usada e abusada pela comunicação e pelo marketing empresarial já é vista com desconfiança crescente.

Para Nassar essa má percepção só pode ser superada pelas organizações que têm um histórico de responsabilidade, confirmado pelas boas lembranças de seus públicos de relacionamento “em relação ao seu comportamento comercial, social, econômico e cultural” (Nassar, 2011).

Diante desse trecho do texto da BP, cabe lembrar Aguiar (2008, p. 7) que ressalta a ideia desenvolvimentista, criticada por ecologistas já na década de 80, é fundada sobre um materialismo que reduz a vida à acumulação infinita de bens e que a problemática ambiental daí decorrente resulta de uma estratégia de crescimento sobre uma “natureza” vista como fonte inesgotável de exploração e de recursos.

O desenvolvimento a que a comunicação da BP defende nos remete ao que Boff (2006) aponta em “Ética e Sustentabilidade” da Secretaria de Políticas para o Desenvolvimento Sustentável do Ministério do Meio Ambiente:

“A categoria “desenvolvimento” é tirada da economia ordenada pelos mercados hoje mundialmente articulados. Ela possui uma lógica interna fundada na exploração sistemática e ilimitada de todos os recursos da terra para atingir três objetivos fundamentais: aumentar a produção, o consumo e produzir riqueza”. (Boff, 2006).

A Carta do Presidente da BP reforça exatamente essa linha com uma retórica sobre novas certezas na exploração de petróleo, como tentativa de reconstrução da credibilidade e da confiança na BP. O fato é que nesse parágrafo, investidores e bancos encontram perspectivas de lucro que não se harmonizam com as devidas garantias de segurança e mitigação de riscos. Porque simplesmente não há garantias para tamanhos riscos ambientais nas operações de exploração de petróleo e gás em águas profundas, seja no ártico como no Golfo do México. Portanto, podemos afirmar que é hilário escrever que “criaremos, em conjunto, um centro de tecnologia para promover a segurança” – como se fosse o suficiente para, de fato, garantir alguma segurança.

O trecho seguinte nos revela novos detalhes sobre a incoerência entre prática e discurso. Com a preocupação de criar valor aos acionistas, a BP pretende prover de energia uma população em crescimento que assim vai ter “progresso e prosperidade”. Agora, temos outros mitos e abstrações como progresso e

prosperidade sendo utilizados para justificar uma abordagem puramente econômica:

“Nós criamos valor para os acionistas, fornecendo a energia que uma população em crescimento precisa para gerar progresso e prosperidade. Nossa perspectiva das tendências de consumo de energia, chamada de *BP Energy Outlook 2030*, indica que o uso de energia primária pode crescer em quase 40% nos próximos 20 anos, com mais de 90% do crescimento da demanda proveniente das economias dos mercados emergentes”.

Como escreve o consultor norte-americano RP Siegel: “Embora pareça claro que a BP esteja preocupada em ser uma “empresa-cidadã” e fazer a coisa certa, eles estão comprometidos de forma esmagadora com uma mentalidade empresarial usual”. Portanto, a comunicação da sustentabilidade, resumida na Carta do Presidente da BP, fio condutor de todo o texto do relatório, comprova que a empresa não é de fato sustentável.

Assim, no discurso aparentemente “sustentável” da principal liderança da BP, maior representante dos interesses de acionistas e investidores, o negócio da companhia tem muitos anos lucrativos pela frente pois a proposta de crescimento contínuo da demanda por energia é uma garantia de retorno financeiro:

“Qualquer que seja a trajetória futura, todas as formas de energia serão necessárias para atender à demanda crescente, com os combustíveis fósseis permanecendo como uma parte essencial do composto energético durante as próximas décadas”.

Nos trechos seguintes, é fácil verificar que a proposta de explorar recursos naturais até a exaustão completa de sua fonte, demonstra novamente a incoerência entre o que se fala e o que se faz na BP. Na sua mandatária missão de “criar retorno aos seus investidores” Bob Dudley defende a entrada em novas e complexas geografias para continuar a produção de petróleo, cujos campos atuais existentes estão em declínio. A ideia de progresso, lucro e crescimento contínuo se chocam assim, em definitivo com a ideia de equilíbrio entre as dimensões ambientais, sociais e econômicas exigidas pelo que seria de fato uma empresa sustentável. Não há equilíbrio nenhum quando a produção deve continuar a qualquer preço, em qualquer lugar..

Importante pontuar que esta parte do texto se encerra com mais uma certeza. A crença nas capacidades e habilidades técnicas-mecanicistas para operar nas novas regiões. Mesmo que a BP tenha sido a protagonista de um dos maiores acidentes do setor do petróleo em um local de operação já bastante conhecido.

“Através da produção global de petróleo em campos existentes que declinam em cerca de 5% ao ano, é vital que novos campos sejam descobertos e desenvolvidos”.

“É por isso que a BP vai continuar a dirigir-se para geografias remotas e complexas, de águas profundas como o Ártico russo e areias de petróleo e gás não convencionais em campos gigantes - como Rumaila, no Iraque”.

“Acreditamos que podemos ajudar a atender a demanda de energia e gerar retorno financeiro para os investidores aplicando nossas habilidades, capacidades e tecnologias nessas áreas”.

É importante lembrarmos que a GRI, cujas orientações dão corpo ao relatório da BP, recomenda que o relato da sustentabilidade deve trazer informações sobre os riscos do negócio e detalhar instrumentos que a empresa possua para lidar com eventuais problemas, além de apresentar comunicação consistente (e coerente) com aquilo que de fato realiza ou deixa de realizar.

Para a GRI, diferentemente das normas de qualidade (ISO 9000), meio ambiente (ISO 14000), segurança e saúde (OHSAS 18000) ou de responsabilidade social (SA 8000), não existem padrões rígidos a serem cumpridos na abordagem do relato da sustentabilidade, apenas recomendações.

Nesse olhar mais cauteloso, entendendo que para o mercado de ações e de empresas listadas nas bolsas de valores do mundo e que os investidores desejam ter o máximo de garantias e uma permanente criação de valor (leia-se “retorno financeiro”), a utilização do modelo da GRI pela BP não seria nenhuma inovação de fato, pois como a instituição apenas recomenda, qualquer empresa pode seguir o padrão da entidade sem preencher por completo suas especificações.

Assim, no trecho seguinte da Carta do Presidente, a comunicação da BP aponta o que seria um risco para o negócio: as mudanças climáticas afirmando sua “consciência” em relação ao problema:

“Continuamos conscientes de que devemos enfrentar o desafio da mudança climática e estamos agindo no sentido de limitar as emissões de gases de efeito estufa. Estamos construindo o nosso negócio de gás natural, que fornecerá uma alternativa de baixo carbono em relação ao carvão e representa um recurso importante na transição dos combustíveis fósseis para as energias renováveis. Estamos incluindo também o preço do carbono no desenvolvimento de novos projetos e planos para incentivar a eficiência e manter os investimentos em energias de baixo carbono”.

“Estamos totalmente alertas para a necessidade de que precisamos enfrentar o desafio das mudanças climáticas. Como empresa, nós estamos atuando para limitar as emissões de gases causadores do efeito estufa”.

Podemos perceber que expressões como “continuamos conscientes” e “totalmente alertas” traduzem um estado de atenção e podem denotar uma falta de ação. Como o negócio petróleo é por sua natureza exploratória uma operação poluente, o “desafio das mudanças climáticas” carrega uma contradição vital dentro da própria empresa. Tanto é assim que a BP busca fontes alternativas e renováveis, mas não consegue esclarecer de fato como fará essa transição uma vez que sua *core business* é a produção de petróleo.

Ainda em termos generalistas, a mensagem no trecho reforça a crença numa BP forte com capacidade de reagir aos desafios das mudanças climáticas através de um apelo aos empregados, sempre confiantes no “longo prazo” (reforçando assim a crença de que a empresa ainda é um bom negócio para seus acionistas). Novamente, a percepção é a de que a máquina precisa continuar funcionando abrindo outras áreas de exploração, mesmo com todos os riscos inerentes e, apesar da “confiança” de seu líder, sem necessariamente ter garantias sustentáveis de fato:

“Em 2005, a BP investiu mais de US \$ 5 bilhões em seus negócios de energia alternativa e esperamos investir mais US \$ 1 bilhão em 2011 para participar de um rápido crescimento dos mercados de energia de baixo carbono. Estamos concentrados nos investimentos em baixo carbono como opções que combinam com as nossas qualidades essenciais e a perspectiva de crescimento deste mercado no futuro. Nosso negócio de biocombustíveis está posicionado para lidar com as oportunidades em um setor em rápido crescimento. Também estamos investindo em energia de baixo carbono, incluindo um negócio de energia eólica baseado nos EUA. A BP está empenhada em fazer uma contribuição progressiva nesse sentido, apesar de ser uma determinação dos governos”.

“Pela minha experiência, a BP e seus empregados sentem-se tão fortes como ninguém no mundo sobre a sustentabilidade no longo prazo, e queremos fazer a nossa parte para endereçarmos essas complexas questões”.

Percebemos assim, que o reforço contínuo da ideia quantitativa, de crescimento sem limites, progresso a partir de certezas impossíveis de serem garantidas comprovam que a comunicação mais parece peça de ficção do que retrato da realidade.

Lemos no trecho final que o presidente da BP reitera faz um apelo aos empregados, incentivando a ideia de “fortes como ninguém” em matéria de sustentabilidade que pode valer como mensagem de marketing e propaganda mas não se alinha com a prática. Entendemos que seja necessária “elevar o moral da tropa” em momento de crise e que nesse sentido o texto funciona. Mas a comunicação da sustentabilidade precisa ir além do que é usual e conhecido. Mesmo descrevendo a realidade é possível reconstruir a confiança no futuro, aprender com erros e revelar novos caminhos.

A questão do fortalecimento da empresa passa por transformações que parecem ser mais de gestão e nem tanto de questões como a ética nos negócios ou até mesmo a forma de se comunicar com diferentes públicos. Não há dúvidas que a empresa vai precisar de um olhar mais crítico sobre seus objetivos de "sustentabilidade", pois sua existência foi colocado sob um risco nunca anteriormente visto.

“O ano de 2010 chocou a BP no núcleo principal de sua atividade. Para aqueles que perguntam se realmente compreendemos as implicações desse fato, deixem-me dizer com firmeza que "nós entendemos". Entendemos que fazer o negócio da mesma maneira não é a nossa opção. Estamos fazendo mudanças substanciais no modo como trabalhamos. Espero que as ações que descrevi mostrem que, após um ano profundamente difícil, a BP está tratando os seus pontos fracos e melhorando seus pontos fortes”.

“Nosso objetivo é reconstruir esta empresa para que ela possa criar valor de forma segura e sustentável. Eu sei que os leitores deste relatório irão manter-nos atentos a este objetivo e agradeço com o seu interesse e seu escrutínio”.

Nesta parte final, o presidente parece convidar leitores e públicos interessados a um apoio mútuo na reconstrução da empresa. Aqui, ele aproxima-se do que a jornalista Sonia Araripe aponta como fundamental no sucesso da sustentabilidade empresarial: saber dialogar, ouvir os outros, pois “parece que, hoje em dia, todos sabem falar, mas poucos conseguem ouvir”.

Mas não teria sido essa falta de diálogo (comunicação) entre a liderança da BP, seus empregados na plataforma, seus contratados e as empresas terceirizadas e fornecedoras uma das causas do acidente? Sim, é o que parece apontar a investigação final da própria BP sobre as causas do acidente, relatada na página 07 do relatório:

“A investigação da BP concluiu que nenhuma causa específica foi a responsável pelo acidente. A investigação descobriu que em vez de uma única causa, uma série complexa e interligada de erros de julgamentos, falhas mecânicas, de engenharia de projeto, de execução e falhas de interlocução entre equipes, envolvendo várias empresas, incluindo a própria BP, contribuíram para o acidente”.

Ou seja, se as “falhas de interlocução entre equipes” significam melhor comunicação interna, diálogo, conversas e troca de informações com processos mais abertos e livres, podemos inferir que não só a sustentabilidade depende da boa atuação dos comunicadores da empresa, como o próprio conceito é inseparável do diálogo, da conversação, da própria comunicação enquanto “ação comum”. Uma empresa só será sustentável de fato quando tiver uma comunicação realmente integrada, integradora, livre e eficiente que permeia processos e seja utilizada como ferramenta de gestão diante de boas e de más notícias.