

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL E SUSTENTABILIDADE: ESTUDO DE CASO DO RELATÓRIO 2010 DA BRITISH PETROLEUM

Luiz Antônio Gaulia¹

Leonel Azevedo de Aguiar²

Resumo

A sustentabilidade é um conceito complexo, ainda repleto de dúvidas, que vai demandar necessariamente num maior diálogo entre diferentes atores sociais para sua construção. Nessa perspectiva, o presente artigo busca ampliar as reflexões sobre os comunicadores para a sociedade sustentável, considerando características e habilidades para aplicação de conceitos relacionados à sustentabilidade e sobre como a comunicação deveria refletir no discurso empresarial. Este estudo foi realizado a partir da análise de relatório de uma empresa global de petróleo e gás, descrevendo sua “gestão sustentável” após um acidente ambiental ocorrido em 2010. Esse relatório reforça a construção de uma imagem de novas certezas, continuidade da exploração de petróleo, na reconstrução da credibilidade e confiança na empresa mantendo a lógica e a visão de mundo tradicional de negócios. Entretanto, existe incoerência entre o discurso e a prática da sustentabilidade. Como a comunicação para a sustentabilidade pode atuar nesse sentido vai depender de atitude, consciência e do conhecimento do comunicador empresarial inserido nesse negócio. Num cenário de futuras transformações, é necessário buscar novas trilhas entre a prática da comunicação empresarial e sua relação com uma sociedade que se deseja sustentável. Tanto as empresas como os seus comunicadores, independentemente da coerência entre discurso e prática da sustentabilidade, devem perceber sua crescente importância.

Palavras-chave

Comunicação social, comunicação empresarial, sustentabilidade

Abstract

Sustainability is a complex concept, still full of questions, which will necessarily require a greater dialogue between different social actors for its achievement. From this perspective, this work aims to broaden the discussions on the communicators for a sustainable society, considering characteristics and skills for application of concepts related to the sustainability and about how the communication should reflect in corporate discourse. This study was performed from the statement analysis of an oil and gas global company, describing its "sustainable management" after an environmental accident, which occurred in 2010. This statement reinforces the building of an image of new certainties, continuity of the oil exploration, rebuilding of credibility and confidence in the company maintaining the logic and view of traditional world of business. However, there is incoherence between discourse and practice of the sustainability. The communication for the sustainability depends on attitudes, conscience and the knowledge of the corporate communicator inserted in this business. In a scenario of future transformations, it is necessary to seek new pathways between the practice of corporate communication and their relationship to a society that seeks sustainability. Independently of the coherence between discourse and practice of the sustainability, the companies as much as their communicators must note its increasing importance

Keywords

Social communication, business communication, sustainability

Introdução

Nas últimas décadas, o termo “sustentabilidade” tem sido citado com intensa frequência na mídia, nas corporações empresariais e na academia. Segundo Voltolini (2008), sustentabilidade se apoia em um conjunto de novos valores que devem estar presentes na comunicação: diversidade, transparência, interdependência, respeito aos outros e ao ambiente.

Nesse sentido, as empresas estão buscando diferentes modos de se comunicar não só com seus clientes e consumidores, cada vez mais alertas para questões ambientais e sociais e, por conseguinte, mais exigentes (Oliveira, 2008), mas também com outros públicos como o governo, a imprensa, os fornecedores, comunidades e organizações não-governamentais. O comunicador empresarial, nesse contexto, tem papel relevante na organização e perante a sociedade.

Neste trabalho, pretendemos trazer novas contribuições teóricas nesse campo à luz de um estudo de caso específico do mundo corporativo e de sua comunicação empresarial, considerando características e habilidades para aplicação de conceitos relacionados à sustentabilidade e sobre como a comunicação deveria se refletir no discurso empresarial.

Portanto, abordaremos o universo da comunicação empresarial em seu vínculo com a demanda do petróleo e do conceito de sustentabilidade. Na sequência, analisaremos a comunicação da *British Petroleum* (BP), empresa global de petróleo e gás, a partir de seu relatório de sustentabilidade de 2010 para compreender se, por meio desta publicação, essa companhia multinacional traduziu, de fato, seu compromisso na questão da sustentabilidade. Posteriormente, apresentaremos a descrição do acidente na plataforma de petróleo *Deepwater Horizon* ocorrido em 2010 no Golfo do México e, em seguida, analisaremos o texto de abertura de um relatório da BP, no qual o presidente dessa empresa descreve sua “gestão sustentável” após esse desastre ambiental.

A partir disso, apontaremos a necessidade da busca de novas trilhas entre a prática da comunicação empresarial e sua relação com uma sociedade que se deseja sustentável.

Ressaltamos que, apesar da complexidade e amplitude do assunto "sustentabilidade" e sua relação com a comunicação, o presente estudo busca ampliar as reflexões sobre as empresas e seus comunicadores para a sociedade sustentável.

A perspectiva teórica desse trabalho entende, a partir de Foucault (1996), que a "ordem do discurso" estabelece as possibilidades de organização do real. Esta ordenação, além de possuir uma função normativa e reguladora, age por meio da produção de saber, de estratégias de poder e de práticas discursivas. Portanto, o discurso traduz mais do que as lutas políticas, pois se torna, principalmente, o poder pelo qual se deseja lutar para exercê-lo: discurso como o lugar do exercício do poder.

Além disso, é justamente no discurso que se articulam poder e saber. Sendo assim, é preciso conceber o discurso como "uma série de segmentos descontínuos, cuja função tática não é uniforme nem estável" (Foucault, 1980, p. 95). Admitir a complexidade e a instabilidade de um jogo em que o discurso pode ser, simultaneamente, instrumento e efeito de poder e, também, ponto de resistência e ponto de partida de uma estratégia oposta é aceitar a regra da polivalência tática dos discursos. "O discurso veicula e produz poder; reforça-o, mas também o mina, expõe, debilita e permite barrá-lo" (Foucault, 1980, p. 96).

Os discursos são, nesse sentido, blocos táticos no campo das correlações de força: os efeitos recíprocos de poder e saber proporcionam sua produtividade tática. Já a sua integração estratégica dos discursos implica na produção dos efeitos de verdade. "Vivemos em uma sociedade que produz e faz circular discursos que funcionam como verdade, que passam por tal e que detêm poderes específicos" (Foucault, 1979, p. 231). Assim, além da vontade de saber e da vontade de poder que atravessam os discursos, a vontade de verdade constitui e, simultaneamente, é constituída pelos discursos. O que se deve observar, segundo Foucault, é como os efeitos de verdade são produzidos dentro dos discursos que, em si mesmos, não são falsos nem verdadeiros. O que método foucaultiano de análise do discurso propõe estudar é o "regime da verdade" enquanto um componente efetivo na constituição das práticas discursivas.

Seguindo essas proposições foucaultianas, podemos entender a “verdade” como um conjunto de procedimentos regulados para a produção, distribuição e funcionamento dos discursos. “A verdade está circularmente ligada a sistemas de poder que a produzem e a confirmam, e a efeitos de poder que ela induz e que a reproduzem” (Foucault, 1979, p. 14). Os métodos foucaultianos concentram suas análises exatamente nas práticas culturais em que o poder e o saber se cruzam. Em síntese: se todo discurso é “constituído por um número limitado de enunciados para os quais podemos definir um conjunto de condições de existência” (Foucault, 1997, p. 135), o discurso da sustentabilidade formulado por organizações empresariais, por sua vez, – além de produzir e ser produzido por relações de poder-saber e pela vontade de verdade como qualquer outra ordem discursiva – é instituído por um conjunto de enunciados que se apóia em um mesmo sistema de formação discursiva.

Comunicação e sustentabilidade

Se, conforme Layrargues (2006, p.73), o movimento ecológico, após despontar no horizonte histórico como uma ideia de grande força e que diz respeito à vida no planeta, vem “disputar espaço nos corações e mentes sob o denominador de desenvolvimento sustentável”, podemos supor que a comunicação talvez tenha forte responsabilidade numa sociedade sustentável.

Assim, se a preocupação com uma sociedade sustentável é ou deveria ser um assunto de interesse de todos, um novo modelo de relação entre os humanos e a natureza, pode ser entendido a partir do que Layrargues nos coloca:

Um cidadão ‘ecologicamente correto’, preocupado com a construção da sustentabilidade planetária, pode ser um cidadão que adote comportamentos que favorecem o capital ou o trabalho, o mercado ou a sociedade, as forças sociais progressistas ou conservadoras, as elites ou os grupos sociais vulneráveis, os princípios liberais ou o ideal da justiça distributiva (Layrargues, 2006, p. 74).

O que nos chama atenção, entretanto, é que o discurso da sustentabilidade tem se multiplicado de formas variadas e, por isso, desconfiamos que os comunicadores, sejam

jornalistas ou publicitários, deveriam ter um olhar mais cuidadoso a respeito do tema.

É nesse contexto que o objeto de estudo deste artigo são os comunicadores para uma sociedade sustentável e o caso específico do Relatório 2010 da BP - *British Petroleum*, empresa de atuação global, protagonista de um dos mais graves desastres ambientais da história foi escolhido como foco de nossa análise.

Não há dúvidas que toda a nossa civilização ainda depende de combustíveis fósseis como o petróleo e o carvão. Por isso, escolher esta publicação, de uma companhia multinacional nessa área de atuação, não é uma opção aleatória.

Além disso, não há companhia petroleira capaz de garantir que seus processos de controle de poluição sejam infalíveis ou totalmente seguros. Assim, o desastre da BP, relatado através de seu *Sustainability Review 2010*, apresenta a versão da empresa sobre a tragédia e a Carta do Presidente, foco de nossa análise do discurso pelo método foucaultiano, oferece informações importantes para nosso trabalho.

Iremos analisar a comunicação da BP a partir de seu relatório de sustentabilidade de 2010, buscando melhor entender se, por meio desta publicação, essa companhia multinacional traduziu seu compromisso e engajamento na questão da sustentabilidade. Nosso foco será o texto da Carta do Presidente. Uma genealogia do conceito de sustentabilidade já foi anteriormente discutida (Aguiar, 2010), concluindo que as diversas definições do termo acabam servindo para a manutenção da sustentabilidade do mercado, pois o que está em jogo é preservar o crescimento econômico através de uma proposta de desenvolvimento que pareça ser ecologicamente correta e socialmente justa.

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, ocorrido em abril de 2010 com a plataforma de petróleo *Deepwater Horizon* que operava para a empresa, causou onze mortes e um número maior ainda de vidas de espécies animais e vegetais dos ecossistemas afetados pelo vazamento e pela explosão da plataforma.

É Giddens (2010, p. 29) quem afirma que 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 também com a própria mobilidade das forças armadas das grandes potências, inserindo-se como uma *commodity* de importância central na geopolítica mundial, além de ser fator de atividade econômica em diferentes países.

Não temos a pretensão de analisar todas as questões presentes no relatório, nem tampouco esgotar o tema do comunicador e da sustentabilidade. Iremos nos focar na Carta do Presidente (*Letter from our Group Chief Executive*), pois acreditamos ser o texto balizador do discurso corporativo, palavra da alta liderança da companhia e orientador do futuro da empresa. Sua retórica de confiança em relação ao futuro da empresa, como veremos, é a coluna vertebral da comunicação apresentada.

Descrição do acidente

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 Estados Unidos, sendo operada pela empresa *Transocean*, contratada pela BP. No acidente, também estava envolvida a empresa norte americana *Halliburton Energy Services*, 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 a plataforma inteira afundou no mar. Com seu naufrágio, o rompimento de diversas tubulações no fundo do oceano causou vazamento de petróleo estimado entre três a quatro 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.

Em sua edição de 20/04/2011, o jornal *O Globo* – editado na cidade do Rio de Janeiro –, relatou:

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.

Cabe ressaltar que, dentre os mais de 140 empregados que trabalhavam na plataforma, onze morreram imediatamente no momento do acidente e dezenas ficaram feridos.

Ainda segundo *O Globo*, citando o mesmo relatório da BP, 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.

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.

Análise: a mensagem do presidente da BP

É Murad (2009) quem nos lembra que a alta direção da empresa é a “face pública da organização”. Assim, poderíamos completar esta afirmação ressaltando que a palavra dessa liderança é a própria “voz” da organização empresarial. 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 onze 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 Relatório 2010 da BP 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.

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

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 (Morin, 2007, p. 112).

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 defender 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, seja na quantidade de navios e aviões empregados e no volume de dinheiro colocado para reparar os danos.

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.

Vale ressaltar que, em nenhum momento, o texto do presidente faz referência à destruição da fauna marinha e morte de animais e peixes devido ao volume de óleo derramado. Para ressaltar a importância deste lapso, a matéria jornalística disponível no *site* do ativista e jornalista norte-americano Rob Edwards (2010), esclarece: “Os danos à vida selvagem foram generalizados. Em novembro, mais de 6.800 animais mortos foram coletados da área, incluindo 6.100 aves, 600 tartarugas marinhas e 100 golfinhos entre outros mamíferos”.

Na sua fala seguinte, 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, além das onze vidas perdidas na tragédia da explosão da plataforma *Deepwater Horizon*.

Ashley (2004, p. 68) 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” e que estes interferem no nível moral que a liderança deseja para a organização. A autora também quem nos convida a entender que os direcionamentos da liderança não podem ser concretizados se o direcionamento moral, através do exemplo e da prática, está desalinhado ao processo de comunicação, de diálogo.

A seguir, o líder da BP cita parcerias e troca de conhecimentos compartilhados entre empresa, técnicos, governo e outras partes interessadas para ampliar segurança e reduzir riscos operacionais. Importante notar 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 garantia da segurança de quem faz 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.

Outra questão: nas palavras do presidente da BP 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.

Como garantir resultados satisfatórios através desse profissional quando no relacionamento com empresas parceiras como a *Haliburton* e a *Transocean*? Após o acidente, fica claro que as empresas não tiveram o devido cuidado com suas responsabilidades compartilhadas na cadeia de valor e no trabalho de seus fornecedores e prestadores de serviço. Lembremos, mais uma vez, que a *Haliburton* e a *Transocean* eram empresas parceiras da BP na operação da plataforma *Deepwater Horizon*.

Na mensagem do presidente da BP, o que mais podemos constatar 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 desconfiança nos riscos elevados e em possíveis novas tragédias. Cabe ressaltar que, de uma maneira em geral, o presidente da BP se dirige mais aos investidores do que a sociedade ou entidades ambientalistas, pois os investidores não costumam colocar seu dinheiro em cenários que avaliam como perigosos ou de risco. Daí a retórica de confiança permanente na “capacidade de resposta” da companhia.

Além disso, se relembremos o histórico dos acidentes da indústria petrolífera, este segmento não permite qualquer deslize quanto à falta de informação e comunicação interna 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.

O modo de ativação da comunicação para a sustentabilidade vai depender muito da atitude crítica e do conhecimento do comunicador empresarial inserido nesse negócio, além da relação política com a liderança da organização.

Uma outra percepção sobre o discurso do executivo pode ser dada se lembrarmos de Guattari (1999, p. 55) e seu conceito de “ecologia mental”, no qual propõe revalorizar a cultura, a vida cotidiana e o trabalho em função de indicadores diferentes daqueles baseados somente no lucro. Nessa perspectiva, a mudança na BP seria realmente para valer? Por que, então, separar a “segurança” (*safety*) da sustentabilidade? Não seria uma questão inseparável?

Podemos ainda perceber, de maneira constante, a confusão entre o conceito “sustentável” enquanto sinônimo de perene, de tempo e longo prazo, em oposição à ideia de equilíbrio entre as dimensões ambientais, sociais e econômicas. É preciso reconhecer as fragilidades da condição humana e cuidar de nossos “fantasmas que habitam as mais íntimas esferas” (Guattari, 1999, p. 55) para sermos capazes de cuidar da “natureza” exterior.

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. Novo jogo de palavras, nova retórica e a comunicação apenas se foca na direção da prestação de contas puramente financeira. Os mercados emergentes apontados revelam oportunidades de lucro, mas o discurso sequer aponta riscos ambientais e sociais desses territórios.

O desenvolvimento sustentável a que a comunicação da empresa parece defender nos remete ao que Boff (1999) aponta, com clareza, nessa relação entre ética e sustentabilidade”.

A categoria “desenvolvimento” é tirada da economia realmente existente que é a capitalista, 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, 1999).

Outro trecho a ser destacado, tem como ponto principal a preocupação em criar valor aos acionistas, provendo de energia a população através da geração de “progresso e prosperidade”, abstrações que remetem a um imaginário que coloca a natureza como fonte infinita de recursos.

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.

Assim, no discurso desse executivo-chefe, representante dos interesses dos acionistas, o negócio da BP tem muitos anos pela frente como uma garantia de retorno aos investimentos realizados. É interessante pontuar que, nessa fala, a noção de “certeza” também é permanente. Mais uma vez, a mesma crença nas capacidades e habilidades técnicas e mecanicistas para operar nessas novas regiões, além da típica visão moderna da racionalidade técnica e da ideologia do progresso sobre uma natureza infinita.

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.

O ano de 2010 ficará na história da BP como um ano que abalou o valor da companhia de maneira profunda. Não há dúvidas que a empresa vai precisar de um olhar mais crítico sobre seus objetivos de "sustentabilidade", pois sua existência foi colocada sob um risco nunca anteriormente visto.

Na parte final de sua mensagem, o presidente parece convidar leitores e públicos interessados a um apoio mútuo na reconstrução da empresa. Nesse sentido, faz uma tentativa de se aproximar de uma questão fundamental: o sucesso da sustentabilidade é saber dialogar, ouvir os diferentes setores envolvidos no processo. Tentativa que estará fada ao fracasso se esse diálogo visa apenas garantir a sustentabilidade econômica do desenvolvimento que se manifesta na atual lógica do mercado.

Considerações finais

É o historiador Arnold Toynbee (1981, p. 53) quem escreveu que “não existe consolo na lembrança de que o homem vem cometendo as mesmas loucuras e crimes desde o começo da história e ainda está no mapa”. Entretanto, a crise ecológica se tornou global por estar vinculada ao processo de mundialização do capitalismo e de produção de subjetividades centradas no individualismo e no racionalismo enquanto valores máximos.

Como o capitalismo mundial integrado (Guattari, 1990) foi responsável por gerar uma crise ambiental extremamente grave quanto a que vivemos em nossa atualidade, agora será preciso o envolvimento dos setores organizados da sociedade global para reverter ou estancar os danos causados ao planeta. Se catástrofes ambientais como a da explosão da plataforma da BP no Golfo do México e o vazamento da *Chevron* na Bacia de Campos, no Brasil, assim como a enchente de lama de bauxita na Hungria e o acidente nuclear de Fukushima no Japão demonstram a impossibilidade de previsão em relação às consequências dos riscos artificiais, devemos ressaltar que a incerteza de controle tecnológico possibilita a abertura de um novo processo de tomada de decisões. Neste cenário, tanto as empresas como os seus comunicadores deverão perceber sua crescente importância e ter capacidade crítica para apontar as incoerências entre os discursos contidos nos relatórios empresariais e suas práticas da sustentabilidade. Sabemos que ainda há um longo caminho nesse processo de aprendizagem quando o tema abrange uma “comunicação pelo cuidado” que pode servir de exemplo para uma comunicação eticamente responsável da sustentabilidade, seja nos relatórios, seja na prática diária da comunicação empresarial.

O cuidado, portanto, parece ser uma opção ética. É essa nova ética – chamada por Guattari (1990) de ecosofia – que permite evitar o temor de nosso desaparecimento, pois vai representar uma subjetividade altruísta e solidária. Em suma, uma subjetividade que sabe cuidar de vínculos afetivos.

No caso da BP, nossa conclusão é a de que sua comunicação atendeu a demandas tradicionais de mercado, cujo foco ainda é puramente econômico, não se revelando de fato uma comunicação inovadora, “*beyond petroleum*”. Enquanto a comunicação influencia uma tendência, construindo parte da imagem da empresa, a força dos acidentes e mortes questiona de maneira profunda o discurso vigente. Faltam cuidados básicos que somente as palavras contidas nesse modelo de comunicação e nesse tipo de relatório não conseguirão dar conta.

Referências

Aguiar, Leonel Azevedo de (2010). O discurso da sustentabilidade: uma genealogia. En Schaun, A. & Utsunomiya, F. (Eds.), *Comunicação e sustentabilidade: conceitos, contextos e experiências* (pp. 51-68). Rio de Janeiro: E-papers.

Ashley, Patrícia Almeida (2002). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva.

Boff, Leonardo (1999). *Saber cuidar: ética do humano - compaixão pela Terra*. Petrópolis: Vozes.

Foucault, Michel (1997). *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

Foucault, Michel (1996). *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola.

Foucault, Michel (1980). *História da sexualidade I: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal.

Foucault, Michel (1979). *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

Giddens, Anthony (2010). *Mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós*. Rio de Janeiro: Record.

Guattari, Félix (1990). *As três ecologias*. Campinas: Papirus.

Layrargues, Philippe Pomier (2006). Muito além da natureza: educação ambiental e reprodução social. En Loureiro, Carlos F. B.; Layrargues, Philippe P. & Castro, Ronaldo S. (Eds.), *Pensamento complexo, dialética e educação ambiental* (pp. 72-103). São Paulo: Cortez.

Morin, Edgard (2007). *O método 5: a humanidade da humanidade*. Porto Alegre: Sulina.

Murad, Eduardo Guerra (2009). *Governança corporativa e comunicação organizacional: caminhos possíveis em situações de crise*. En III Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas. São Paulo: Anais III Abrapcorp.

Oliveira, José Antonio Puppim (2008). *Empresas: sustentabilidade e responsabilidade social*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Toynbee, Arnold (1981). *O desafio de nosso tempo*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

Voltolini, Ricardo (2008). Comunicação e sustentabilidade: cenários, tendências e desafios. *Idéia Socioambiental*, 7, 45-56

¹ Jornalista com especialização em Comunicação Jornalística e em Marketing. Coursou o International Program in Corporate Communications da S.I. Newhouse School of Public Communications e da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE). Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Tem experiência na coordenação de relatórios de sustentabilidade em diferentes empresas e segmentos de mercado. Colunista do site da ABERJE e da revista Plurale desde 2009. Possui blog dedicado à comunicação empresarial: <http://gaulia.blogspot.com.br>. E-mail: lgaulia@bol.com.br

² Doutor e Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), possui graduação em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Na dissertação e na tese, realizou análise do discurso sobre as questões ambientais e o movimento ecológico. Docente do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio, ministra aulas no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e exerce a coordenação do Curso de Comunicação Social. Foi diretor científico do Fórum Nacional dos Professores de Jornalismo (FNPJ). E-mail: laaguiar@uol.com.br