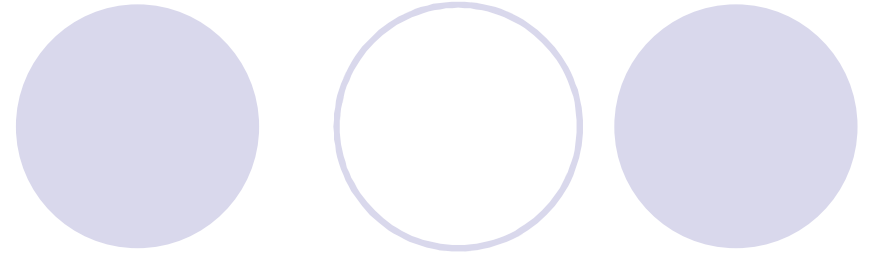
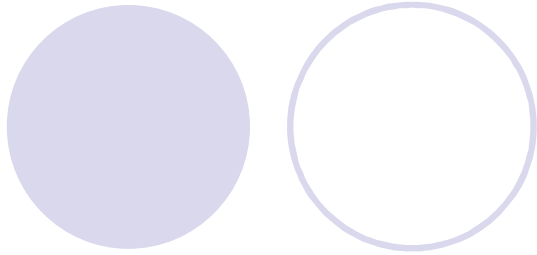


EL DESAFÍO ES LA NUESTRA ENERGÍA:
uno análisis de los informes socio-ambientales
de la Petrobras (Petróleo Brasileiro S/A)

Prof. Dr. José Carlos MARQUES

Universidade Estadual Paulista (UNESP)

(São Paulo – Brasil)



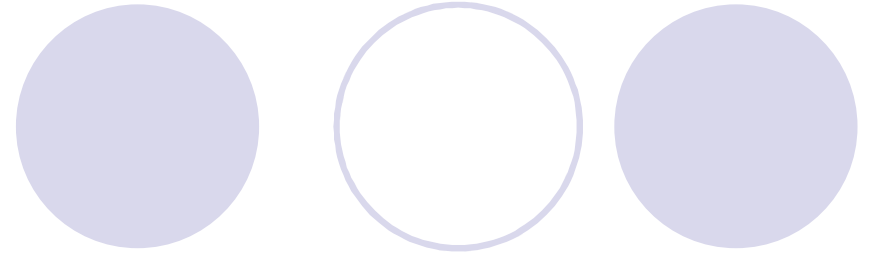
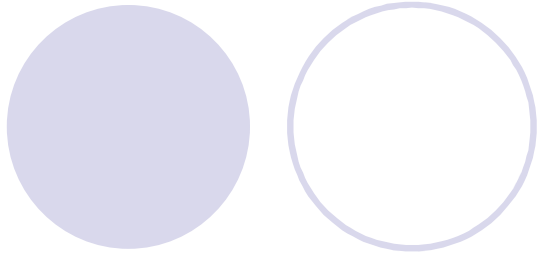
I – INTRODUCCIÓN

Petrobras (Petróleo Brasileiro S/A): empresa de energía creada en 1953 en Brasil.



PETROBRAS

Es una compañía **sociedad anónima** con valores cotizados en bolsa, cuyo principal accionista es el Gobierno del Brasil.



Objetivos de la compañía:

exploración,
producción, refinación
y comercialización de
petróleo, gas natural,
biocombustible y
energía eléctrica.



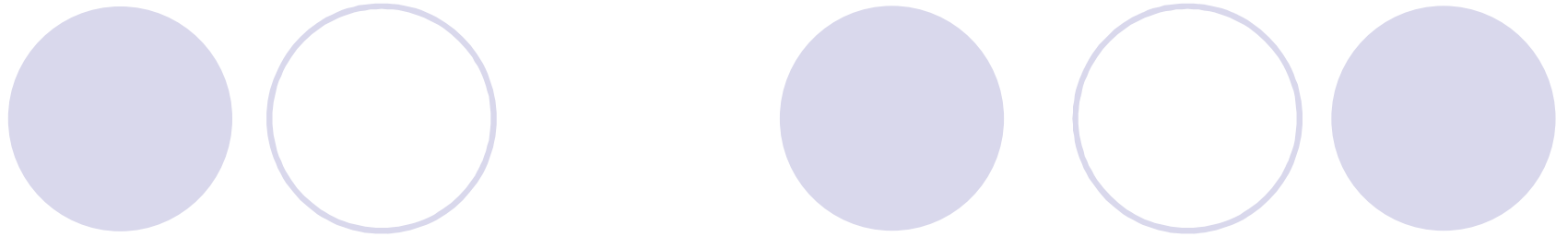


Es la **mayor** compañía en Brasil (la 8ª en el mundo).

Opera en 29 países, tiene más de 76 mil empleados y un valor de mercado de cerca de **\$200 millones de dólares**. Es la **cuarta mayor** compañía que cotiza en bolsa en las Américas.

El lema de sus campañas publicitarias en Brasil: “**El desafío es la nuestra energía**”.

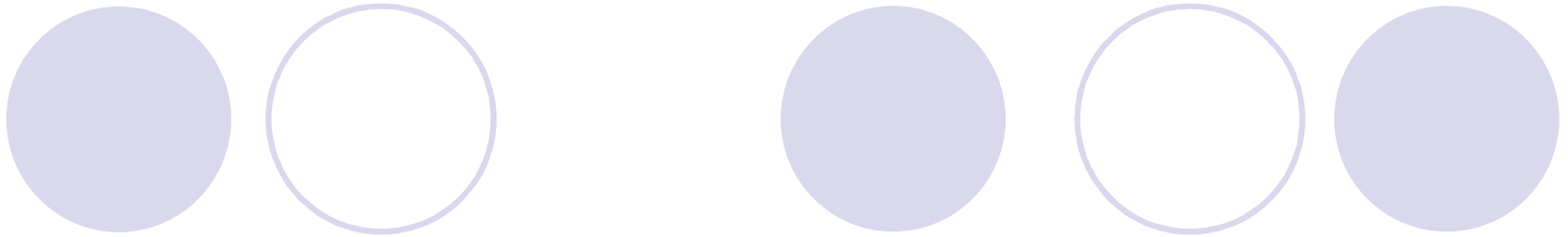




II - OBJETO DE ANÁLISE

Los **6 informes anuales** publicados por Petrobras en su sitio web hasta marzo de 2010:

- Balanço Social 2003
- Balanço Social e Ambiental 2004
- Balanço Social e Ambiental 2005
- Balanço Social e Ambiental 2006
- Balanço Social e Ambiental 2007
- Balanço Social e Ambiental 2008



III – OBJETIVOS DE ESTA PONENCIA

- 1) Analizar cómo son las **estrategias discursivas** utilizadas en los informes anuales de Petrobras y en las comunicaciones con los *stakeholders*.
- 2) Verificar en qué medida estos informes **muestran o mascaran** el lema “Una empresa integrada de energía que trabaja con responsabilidad social y ambiental”, tal como anuncia su sitio web oficial. (www.petrobras.com.br).



IV – CONCEPTOS TEÓRICOS

La **responsabilidad social**, para la Petrobras:

“es la forma de gestión integrada, ética y transparente de sus negocios y actividades y de sus relaciones con todos sus públicos de interés, mediante la cual fomenta los derechos humanos y la ciudadanía, respeta la diversidad humana y cultural, no permite la discriminación, el trabajo degradante y el trabajo infantil y esclavo y aporta al desarrollo sostenible y a la reducción de la desigualdad social”.



IV – CONCEPTOS TEÓRICOS (cont.)

Los objetivos de las acciones de Petrobras obedecen, en general, los **preceptos canónicos** de sostenibilidad y responsabilidad social:

apoyo al desarrollo de las comunidades donde opera
/ la preservación del medio ambiente / la
inversión en el bienestar de los empleados / la
transparencia de la información / el retorno a los
accionistas / la satisfacción del cliente



IV – CONCEPTOS TEÓRICOS (cont.)



En suma, tenemos el “**TRIPLE BOTTOM LINE**” (**People, Planet, Profit**) concepto ratificado por las Naciones Unidas y elaborado por el economista británico John Elkington:

la viabilidad económica del negocio, el cuidado del medio ambiente y la responsabilidad social.



IV – CONCEPTOS TEÓRICOS (cont.)

Los informes sociales: son el principal instrumento de rendición de cuentas de las actividades y los impactos de la empresa en los ámbitos económico, social y ambiental.

Es una publicación que presenta, con informes y cifras, una síntesis de todas las acciones de la compañía en todo el vector de la acción de responsabilidad social.

MENSAGEM DO PRESIDENTE

DIRETRIZES DE SEGURANÇA,
MEIO AMBIENTE E SAÚDE

POLÍTICA DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL

A PETROBRAS

RESPONSABILIDADE SOCIAL

DIREITOS HUMANOS

TRABALHO

MEIO AMBIENTE

TRANSPARÊNCIA

ANEXOS

BALANÇO SOCIAL E AMBIENTAL



Compromisso com o desenvolvimento sustentável

O compromisso de cumprir os dez princípios do **Pacto Global** da Onu – relacionados a Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Transparência norteia as decisões da Petrobras. 🌱

Seleção pública de projetos

São programas que possuem seleção pública de projetos, o que possibilita que organizações de todas as regiões brasileiras tenham **oportunidades justas e democráticas de acesso aos recursos**. 🌱

Investimentos em SMS



[Ampliar Imagem](#)

A Petrobras incorpora segurança, meio ambiente e saúde (SMS) à sua estratégia empresarial. Em 2008 foram investidos 110,7 milhões em segurança e saúde no trabalho. 🌱

Projetos em Parceria com as Comunidades

O programa DE Olho no Ambiente permite estabelecer um relacionamento contínuo com as comunidades de sua área de influência. Por meio de construção Agendas 21 Comunitárias, a empresa e comunidades estabelecem uma parceira para colaborar com o desenvolvimento sustentável de áreas de baixo índice de

Inclusão Social. 🌱

ASSUNTOS RELACIONADOS

SUSTENTABILIDADE

MEIO AMBIENTE

TRANSPARÊNCIA

DIREITOS HUMANOS

CIDADANIA

ÉTICA



V - ANÁLISES

Petrobras tuvo que enfrentar la acusación de que estaría produciendo combustible diesel con un **contenido de azufre mucho mayor** que lo permitido por la ley brasileña.

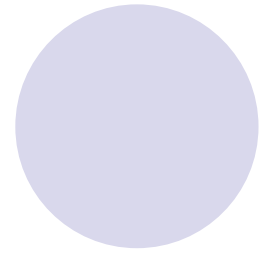
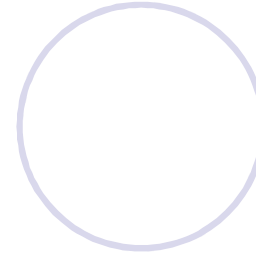
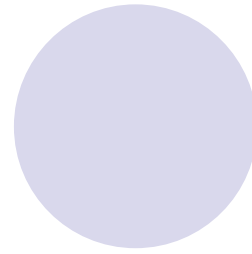
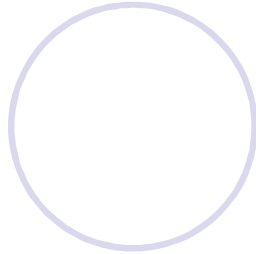
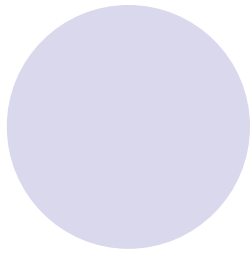
Sin embargo, los textos y las imágenes de los informes buscan un **discurso convergente** para consolidar la imagen de institución: transmiten la **fuerza de la compañía** a través de la difusión de sus recursos y inversiones.



Responsabilidad social

Derechos humanos





Trabajo

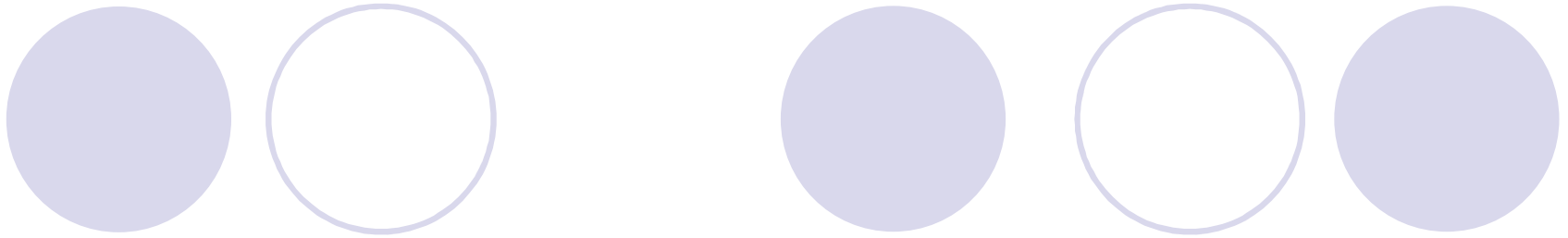
**Medio
ambiente**





Transparencia





Informe 2004

La compañía ha reconocido que mantiene “**pasivos ambientales**” asociados con “los residuos sólidos producidos y la existencia de zonas afectadas por sus operaciones”.

Para cumplir con esta responsabilidad, la Compañía ha adoptado “un conjunto coherente de acciones de **carácter preventivo o correctivo**”

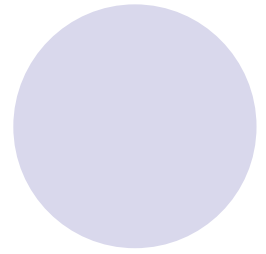
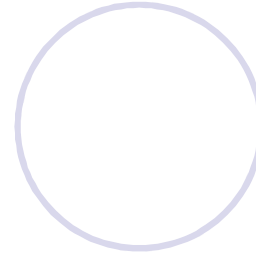
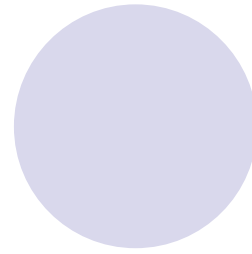
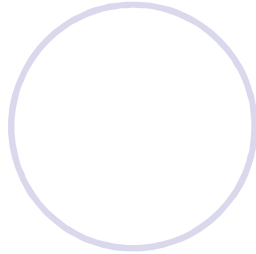
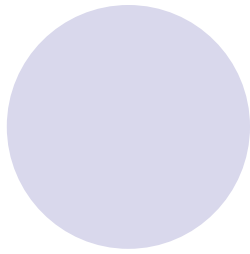


Informe 2005

“El S500 Diesel, con 75% de reducción en el contenido de azufre en su composición, ya suministra la flota de autobuses y camiones de las grandes ciudades de Brasil”

Informe 2006

La compañía destacaba que había iniciado un nuevo proceso para la producción de diesel, llamado H-Bio, que resulta en un consumo de **combustible más eficiente y menos contaminante**, con menor contenido de azufre



Informe 2007

La empresa dice que **cumplía con la legislación** y se buscaba reducir las emisiones de los niveles de azufre en el diesel.

Informe 2008

Algunas películas publicitarias de Petrobras fueran suspendidas en Brasil: la Compañía afirmaba que “invierte y reafirma, todo el tiempo, su compromiso con **una actuación social y ambientalmente responsable**”.



VI - CONSIDERAÇÕES FINAIS

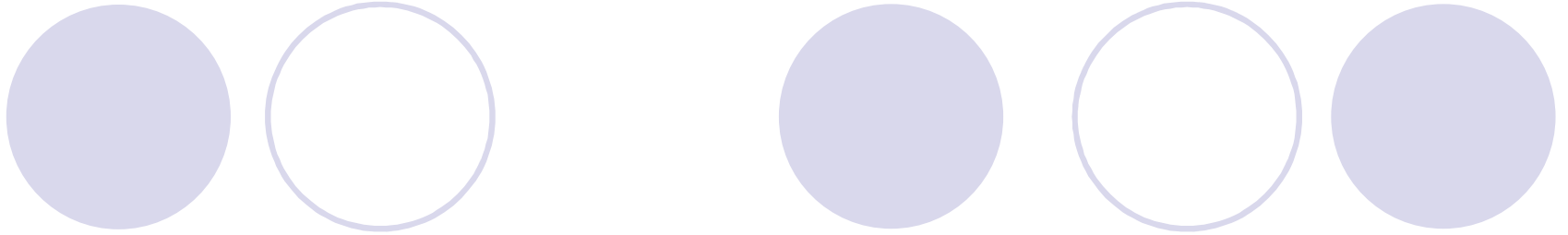
Los informes tienen un carácter **marcadamente típico de la publicidad**: sirven como una herramienta de marketing y difusión de las acciones de la compañía.

Todavía, los informes **no pueden debilitar a la empresa** con la difusión de información inexacta o falsa (los grupos de interés conocen al fondo la realidad retratada en los informes).



Petrobras ha incluido en sus informes algunos problemas **sociales agudos**. Al tiempo que asume las responsabilidades de los daños, **la empresa presenta su propia defensa**.

Los informes también pueden significar un intento de **diálogo más franco con la sociedad**, si abandonaren el carácter más publicitario y si enfrentaren los errores y debilidades de la compañía – lo que significa mantener la **transparencia** .



Agradezco la vuestra atención.

José Carlos Marques

zeca.marques@faac.unesp.br

IX Cumbre Iberoamericana de Comunicadores
(San Martín - Argentina)

Abril de 2010