
Comunicação a Diversidade na Petrobras: como as práticas comunicacionais divulgam essa narrativa¹

Ricardo Ferreira FREITAS²
Maria Helena CARMO³
Vania Oliveira FORTUNA⁴
Pedro Lucas RUBIM⁵

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

Este artigo intenciona atualizar a pesquisa “Comunicando a diversidade: Políticas e afetos de marcas cariocas sobre a comunidade LGBT+”, iniciada há 4 anos, tendo como foco a gestão da diversidade realizada pela Petrobras. Interessa-nos, portanto, identificar como a pauta da diversidade está sendo comunicada pela organização, investigando posicionamentos por meio de seus discursos e práticas. Como metodologia, optou-se por uma revisão bibliográfica sobre diversidade e comunicação organizacional e um estudo comparativo entre o relatório de sustentabilidade 2022 e as manifestações da Petrobras em suas plataformas digitais, entre janeiro de 2023 e janeiro de 2024.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; diversidade; Petrobras.

INTRODUÇÃO

O tema diversidade vem ganhando cada vez mais espaço nas organizações, principalmente em virtude da Agenda 2030. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável “buscam a conquista de direitos humanos para todos e igualdade de gênero e empoderamento feminino” (United Nations, 2015, p. 1 - tradução livre), representada diretamente pela ODS 5⁶. Se em primeiro momento as discussões se limitavam a

¹ Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Sociologia pela Université Paris-Descartes, professor titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ. Pesquisador do CNPq e Cientista do Nosso Estado (Faperj 2021 – 2024), email: rf0360@gmail.com..

³ Professora das Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA), doutora em Comunicação pela UERJ. Bolsista do Programa de Apoio à Pesquisa e Docência (PAPD/UERJ – 2024-2026), email: mhcarmo@yahoo.com.br.

⁴ Professora adjunta da Faculdade de Comunicação Social da UERJ, coordenadora do Laboratório de Comunicação, Cidade e Consumo (UERJ) e doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense, e-mail: vaniafortuna@gmail.com.

⁵ Bolsista de Iniciação Científica e graduanda em Relações Públicas na Faculdade de Comunicação Social da Uerj, email: pedrubimg@gmail.com.

⁶ Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/5>. Acesso em 26 jun. 2024.

questões de gênero, há cerca de duas décadas a pauta LGBTQIAP+ vem ganhando mais visibilidade na sociedade, em políticas públicas e exigindo que as organizações se posicionem ou, no mínimo, incorporem ações diversas e inclusivas.

No segmento de óleo e gás, um ano após o lançamento da Agenda 2030, empresas que participaram do Fórum Econômico Mundial, estabeleceram alguns princípios para reduzir a ‘lacuna’ de gênero, dentre os quais: “estabelecer a diversidade e inclusão de gênero como um imperativo estratégico de negócios em todos os níveis de uma organização visivelmente liderada pelo CEO e alta liderança”. (PINK PETRO, 2016, p.10-11 – tradução nossa). Documento da Pink Petro pontua a necessidade de se criar uma política “sem tolerância ao preconceito”, com incentivo de homens a participarem de grupos de mulheres para promover uma cultura inclusiva e uma política de pagamento igual pelo mesmo trabalho e qualificação (2016, p. 5).

Cinco anos após as recomendações da Pink Petro, o relatório “*Untapped Reserves 2.0: Driving Gender Balance in Oil and Gas*” (2021), do *World Petroleum Council (WPC)* e do *Boston Consulting Group (BCG)* apontou que o número de mulheres no segmento manteve-se estagnado entre 2017 e 2021, com baixa presença feminina em funções técnicas e operacionais e em cargos de expatriados; baixa adesão às políticas de Diversidade e Inclusão (D&I) existentes; preconceitos inconscientes recorrentes em relação a gênero; e baixa representatividade feminina em cargos de chefia (os números tinham caído de 26% em 2017 para 13% em 2020).

Quanto às demais pautas de diversidade, a mesma pesquisa mostrou que, embora tivesse um aumento da pauta racial nas discussões sobre D&I (com base na cobertura da imprensa do setor), a questão de gênero continuava a ser o tema principal (2021, p. 7). Quanto à pauta LGBT+, ela aparece exemplificada em três empresas: 1) British Petroleum, com um programa de relacionamento com fornecedores nos Estados Unidos e Reino Unido para incentivo de inclusão de minorias, mulheres, LGBTQIAPN+, veteranos ou PCDs na força de trabalho; 2) Aera Energy, com eventos em que colaboradores LGBTQIAPN+ podem compartilhar experiências discriminatórias no ambiente de trabalho; 3) Shell, que estaria focando sua agenda D&I nas áreas de gênero, raça e etnia, LGBTQIAPN+ e PCD (LONSKI et.al, 2021, p. 23-40).

O relatório “*Untapped Reserves 3.0 Advancing Diversity, Equity, and Inclusion in the Energy*” (2023) amplia o conceito de diversidade para o segmento de energia como um todo. Passam a ser mapeados grupos étnicos e raciais, LGBT+, PCD,

veteranos que serviram em serviço militar, naval ou aéreo ativo; cuidadores de crianças e adultos dependentes; e pessoas de meios economicamente desfavorecidos. No segmento óleo e gás, a Enbridge, empresa multinacional canadense de gasodutos e energia, é a única citada, mas sem mencionar como a pauta LGBTQ+ se materializa nas práticas comunicacionais e na representatividade da força de trabalho. Considerando essa realidade, qual é o cenário da Petrobras? Como a diversidade se manifesta nas práticas comunicacionais da empresa.

METODOLOGIA

A metodologia consiste na revisão bibliográfica sobre os temas diversidade e comunicação organizacional; um breve panorama do segmento petróleo e gás e, por fim, uma análise comparativa entre, principalmente, o relatório de sustentabilidade da Petrobras 2022 e as seções de responsabilidade social do site da empresa, além dos perfis no Instagram e no Youtube, entre janeiro de 2023 e janeiro de 2024, totalizado 15 postagens e 2 videocasts, respectivamente. Com a escassez de conteúdo voltado para a temática da comunidade LGBTQIAPN+, os dados coletados sofreram um recorte mais abrangente e foram categorizados em temas específicos, como representação de gênero, inclusão LGBTQIAPN+, negros, indígenas e PCD.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O referencial teórico abrange textos sobre comunicação organizacional, diversidade e sustentabilidade, das pesquisadoras Maria Aparecida Ferrari, Margarida Kunsch, Cicilia Peruzzo e Marlene Marchiori, pesquisas sobre comunicação interna e artigos e pesquisas que refletem o cenário do segmento óleo e gás, como do Instituto Brasileiro de Petróleo e os relatórios acima mencionados.

CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA

O segmento óleo e gás é um objeto de estudo associado a áreas ligadas à ciência e tecnologia, como engenharia, geologia, química. Analisar esse setor pelo olhar da comunicação, das práticas comunicacionais internas, externalizadas nas plataformas digitais traz um vigor para os estudos de Comunicação Organizacional e das Relações Públicas. Num segmento majoritariamente masculino, identificamos, na análise dos dois videocasts produzidos pela empresa em que a diversidade é tema, falas de

representantes da força de trabalho que dão pistas sobre o que a organização vem divulgando em suas peças de comunicação. Em resumo, expandir o segmento óleo e gás para além das áreas que comumente pesquisam esse objeto parece ser um desafio interessante deste artigo.

CONCLUSÃO

Os estudos aqui demonstram como a gestão da diversidade, se assim pode ser chamada, está cristalizada no segmento óleo e gás basicamente com pautas de gênero e étnico-racial e, de forma bem superficial, LGBTQ+, principalmente no site institucional e relatório de sustentabilidade 2022. Por outro lado, nos perfis do Instagram e no Youtube, foram oito colaboradores LGBTQIAPN+; quatro negros, um PCd; e onze mulheres, além de uma menção aos povos originários, no dia 19 de abril, dia desses povos.

Sobre a comunicação da Petrobras em plataformas digitais, identificamos, que, após as eleições de 2022, a empresa volta a evidenciar políticas de diversidade e inclusão, já que, entre 2019 e 2022, anos do governo de Jair Bolsonaro, ações afirmativas ou promocionais de inclusão a esses públicos não faziam parte da pauta das estatais brasileiras. Quanto à pauta gênero, denúncias de assédio na empresa vão de encontro a uma narrativa que valoriza e incentiva o crescimento das colaboradoras dentro da Petrobras, apesar de iniciativas de combate ao assédio⁷.

REFERÊNCIAS

AÇÃO INTEGRADA; ABERJE. **Pesquisa de Tendências em Comunicação Interna**. 2024.

AGÊNCIA PETROBRAS. Petrobras ilumina plataforma de petróleo em homenagem ao Dia Do Orgulho LGBTQIA+. Disponível em: <https://agencia.petrobras.com.br/w/petrobras-ilumina-plataforma-de-petroleo-em-homenagem-ao-dia-do-orgulho-lgbtqia->. Acesso em: 16 fev. 2024.

CHANLAT, J. F.; DAMERON, S.; FREITAS, M. E. de; DUPUIS, J. P.; ÖZBILGIN, M. **Desafios da Gestão da Diversidade nas Organizações**. FGV AEASP, Sínteses de pesquisas, 2013, online.

DA HORA, S. Comunicação + Diversidade = Inovação e Muito Mais. E-book Tendências 2022: Decodificando as tendências da comunicação 4.0 com o público interno, p.35-38, 2022.

⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cq0dy-O8vi>. Acesso em: 27 jun. 2024.

EVANS, S. Q&A: Gender diversity in oil and gas. Disponível em: <https://www.offshore-technology.com/features/qa-gender-diversity-in-oil-and-gas/>. Acesso em 8 mar. 2024.

EXARHEAS, A. *7 Oil Firms Dubbed Best Place to Work in LGBTQ List* (2021). Disponível em: <https://tinyurl.com/h8madknz>. Acesso em 7 mar. 2024.

FERRARI, M. A.; CABRAL, R. Comunicação intercultural e interseccionalidade: breve reflexão sobre as perspectivas e os desafios da diversidade nas organizações. In: FARIAS, Luiz Alberto; LEMOS, Else; REBECHI, Cláudia (org.). **Opinião pública, comunicação e organizações: convergências e perspectivas contemporâneas**. São Paulo: Abrapcorp, 2020. p. 290-314.

FERRARI, M. A.; MIRANDA, S. C. D. O silêncio feminino nas organizações: uma análise para dar voz a mulheres por meio das relações públicas. **Comunicação, diversidades e organizações: pensamento e ações**. LEMOS, Else; SALVATORI, Patrícia (orgs.). São Paulo: Abrapcorp, 2019.

HUGHES-PLUMMER, W.; SYTH, A.; Syth, BELKOV, N.; WOOD, A.; MIRAS, P.; RIEMER, P.; BEATTIE, S. *Untapped Reserves 3.0. Advancing Diversity, Equity, and Inclusion in the Energy Sector*. World Petroleum Council/Boston Consulting Group, 2023. Disponível em: <https://web-assets.bcg.com/f8/c6/a5e529fd4a75adf28df98821950a/bcg-untapped-reserves-3-0-sep-2023.pdf>/. Acesso em 7 mar. 2024.

IBP. **Guia de Boas Práticas em integridade corporativa para o setor de óleo e gás**. (outubro 2022). Disponível em: <https://www.ibp.org.br/personalizado/uploads/2022/10/guia-de-boas-praticas-em-integridade-coorporativa.pdf>. Acesso em 14 mar. 2024.

KUNSCH, M. M.K. Comunicação, Agenda 2030 da ONU e organizações. **Organicom - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. São Paulo, ano 19, número 39, maio/agosto de 2022.

LONSKI, U. V.; OSTBY, A.; TRENCH, S.; GOYDAN, P.; RIEMER, P.; FJAERAN, T; SALAMANCA, P. M.; MERCHANT, W.; GAUTHIER-WATSON, C. *Untapped Reserves 2.0: Driving Gender Balance in Oil and Gas*. World Petroleum Council/Boston Consulting Group, 2021. Disponível em: <https://web-assets.bcg.com/3a/55/7e740cf4426db72f07c63dfe4824/bcg-untapped-reserves-2-0-dec-2021-r.pdf>. Acesso em 7 mar. 2024.

LUBITOW, A.; DAVIS, M. **Pastel Injustice: The Corporate Use of Pinkwashing for Profit**. Environmental Justice, v. 4, n. 2, 17 jun. 2011.

MARCHIORI, M. (Org.) **Faces da cultura e da comunicação**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.

MOJARAD, A. S.; ATASHBARI, V.; TANTAU, A. *Challenges for sustainable development strategies in oil and gas industries*. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, vol. 12, n. 1, p.626-638, 2018. Disponível em: <https://sciendo.com/article/10.2478/picbe-2018-0056>. Acesso em 8 mar. 2024.

PERUZZO, C. Igualdade e direitos humanos nas organizações empresariais e cidadania. In: LEMOS, E.; SALVATORI, P. (Orgs.). **Comunicação, diversidades e organizações: pensamento e ação**. São Paulo: Abrapcorp, 2019.

OKEKE, A. *Towards sustainability in the global oil and gas industry: Identifying where the emphasis lies*. *Environmental and Sustainability Indicators*, v. 12, 2021. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2665972721000465>. Acesso em 10 mar. 2024.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso**. Campinas, SP: Pontes, 1999.

PETROBRAS. **Relatório de Sustentabilidade 2022**. Disponível em: <https://sustentabilidade.petrobras.com.br/documents/1449993/80c5cf69-cb78-5ae4-aa27-46f958da64ba>. Acesso em 14 mar. 2024.

PINKPETRO. *A Response to World Economic Forum Call to Action in Closing the Gender Gap in Oil & Gas*. Disponível em: <https://tinyurl.com/anrmudz4>. Acesso em 8 mar. 2024.

SARAIVA, L. A. S.; IRIGARAY, H. A. R. Políticas de diversidade nas organizações: uma questão de discurso? *Revista de Administração de Empresas*. 49 (3), Set 2009.

UNITED NATIONS. *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*, 2015. Disponível em: <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld/publication>. Acesso em 7 mar. 2024.