

# PLANO DE COMUNICAÇÃO ESG PARA UMA EMPRESA DE ÓLEO E GÁS: RELATO DE PRÁTICA DE GESTÃO

## RESUMO

### Introdução

A agenda ESG tornou-se central na governança corporativa, exigindo transparência e narrativas verificáveis, especialmente em setores de alta sensibilidade socioambiental, como o de óleo e gás. A padronização de relatórios e o uso de métricas digitais ampliaram o escrutínio público, reforçando a necessidade de integrar relato técnico e prática concreta. Este estudo sistematiza um plano de comunicação ESG em uma refinaria recente, discutindo contribuições práticas e teóricas à legitimidade organizacional.

### Contexto Investigado

A organização analisada é uma refinaria de grande porte do setor de óleo e gás, sociedade anônima de capital fechado em operação desde 2022, dedicada ao refino de xisto, com portfólio de óleo combustível, nafta, enxofre e GLP. Embora desenvolva ações socioambientais relevantes, estas permanecem fragmentadas e pouco sistematizadas para comunicação pública. O plano baseou-se em benchmarking de líderes do setor (Petrobras, Raízen, Vibra), cujos relatórios seguem padrões internacionais, possibilitando adaptação a uma empresa recente, com restrições orçamentárias e de governança.

### Diagnóstico da Situação-Problema

A análise documental e as entrevistas com comitês internos revelaram ampla lacuna entre práticas operacionais e sua representação pública. Identificou-se: ausência de relatório estruturado e política ESG; ações socioambientais relevantes, mas difusas e sem indicadores comparáveis; canais digitais sem alinhamento estratégico; e falta de orçamento formal. Esses fatores ampliam riscos de assimetria informacional e críticas externas. À luz da teoria institucional, o desafio é desenvolver capacidades de reporte crível e alinhar práticas às pressões normativas e expectativas de stakeholders.

### Intervenção Proposta

A intervenção consistiu em um plano integrado de comunicação ESG com três eixos: elaboração de Relatório de Sustentabilidade digital alinhado à GRI e ODS; estratégia editorial para redes sociais (LinkedIn e Instagram) com calendário, formatos e porta-vozes; e matriz de indicadores para mensuração de resultados. Incluiu ainda 31 ações de divulgação, diretrizes de governança e referenciais de comunicação estratégica, visando credibilidade e mitigação de greenwashing.

### Resultados Obtidos

O trabalho gerou produtos concretos e recomendações aplicáveis: inventário de 31 ações ESG; metas digitais preliminares (LinkedIn de 5.750 para 10.000 seguidores e 130 mil impressões em seis meses; Instagram de 2.520 para 4.000 seguidores); roteiro para relatório de sustentabilidade; e indicadores operacionais. Destacam-se conquistas empíricas como plantio de 207 mil mudas, redução de 18% no consumo hídrico e programas sociais. Contudo, a efetividade depende de fatores limitantes, como ausência de orçamento, histórico recente, acidentes em 2024 e variáveis de mercado.

### Contribuição Tecnológica-Social

A contribuição é dupla. No plano técnico, o estudo oferece procedimento replicável para empresas de porte semelhante, incluindo roteiro de relatório ESG, calendário editorial e matriz de indicadores que integra métricas digitais e operacionais. No plano social, fortalece canais de diálogo com públicos locais, democratiza o acesso à informação e reduz assimetrias, ampliando confiança e capital social. Teoricamente, articula-se às abordagens de stakeholders, teoria institucional e estudos de sustentabilidade, ressaltando padrões de reporte, legitimidade e governança comunicacional.

**Palavras-Chave:** Comunicação ESG / Legitimidade Organizacional / Teoria institucional