

Mas lejos mas hondo mas caro

Santiago Carcar

Hasta el lunes 14 de abril, Haroldo Lima era poco conocido fuera de su país, Brasil, y de su función: director general de la Agencia Nacional de Petróleo de Brasil. Pero ese día, Haroldo Lima se dio a conocer a lo grande. De una forma que hubiera dejado boquiabierto al rey del pop art, Andy Warhol, el mismo que pronosticó un futuro en el que todo el mundo tendría 15 minutos de fama en su vida. El funcionario brasileño anunció en una reunión de especialistas el mayor descubrimiento petrolero de los últimos 30 años: un inmenso yacimiento -hasta 33.000 millones de barriles- frente a las costas de Río de Janeiro y São Paulo. A más de 100 dólares el barril -159 litros-, el funcionario daba cuenta de un tesoro valorado en más de 3,3 billones de dólares. En las Bolsas se bailó la samba.

El anuncio de Lima, matizado cautelosamente por las empresas propietarias del campo - Petrobras (45%), British Gas (30%) y Repsol YPF (25%)- y por el propio Gobierno de Lula da Silva, no extrañó a nadie. No lo hizo a pesar de que los proyectos exploratorios se asemejan mucho al juego del rasca y gana. Una probabilidad de éxito del 25% ya se considera elevada. Y cuando se acierta, extraer el premio (gas o petróleo) puede llevar hasta siete años de trabajos preparatorios.

Pero el mundo está deseoso de buenas noticias y sediento de petróleo. Y las grandes compañías petroleras, estatales y privadas, juegan en una olimpiada en la que el lema tradicional citius, altius, fortius (más rápido, más alto, más fuerte) se ha cambiado un poco. Las compañías buscan petróleo más lejos y más hondo. Los datos de la Oficina de Información de Energía de EE UU apuntan a que en apenas cinco años, de 2005 a 2010, el volumen de petróleo extraído de aguas profundas se duplicará, hasta alcanzar unos 11 millones de barriles al día.

Más aún. La consultora Douglas-Westwood calcula que el capital invertido en aguas profundas llegará hasta los 25.000 millones de dólares al año para 2012, duplicándose en una década.

Ayudadas en la tecnología (barcos exploradores capaces de permanecer hasta tres meses fijos sobre un punto en el mar sin anclajes, superordenadores, robots de control remoto y satélites de comunicaciones), las grandes compañías petroleras se afanan por encontrar nuevas reservas de petróleo. Lo hacen en siete áreas principales: el golfo de México, Brasil, el golfo de Guinea, el mar del Norte, el Mediterráneo, el mar de China y Australia. Zonas con riqueza probada. Y exploran en otras de gran potencial como Alaska, las islas Malvinas y Vietnam.

Tan intensa es la actividad que falta personal y faltan plataformas para perforar en el mar. Es una carrera desatada en torno a una idea simple: la era de los yacimientos de hidrocarburos gigantescos, relativamente cerca de la superficie y con crudos de los denominados dulces (con poco azufre), se ha terminado.

Desde las instalaciones de Repsol YPF en Houston, el director de la compañía para América del Norte y Brasil, Ramón Hernán, puede ver a través de tres gigantescas pantallas lo que sucede en tiempo real en los pozos abiertos en el fondo del mar a más de 3.000 metros de profundidad. Hernán -un especialista que vivió directamente la tragedia del buque Prestige- comparte la idea de que cada cuenca petrolera, y cada tipo de hidrocarburo tiene su pico, un punto a partir del cual la producción cae vertiginosamente. "La producción está llegando a su pico", cree Hernán, "pero se compensa con nuevos hidrocarburos". Hallarlos depende, fundamentalmente, de dos cosas: el precio de la materia prima y las regulaciones de los países en los que se encuentran las reservas.

Es una carrera contra el tiempo. Desde hace al menos dos décadas los nuevos descubrimientos no cubren el petróleo que se consume (85 millones de barriles al día de consumo, frente a unas reservas estimadas de 1,293 billones de barriles). Los cuatro mayores campos petroleros del mundo -Ghawar (Arabia Saudí), Cantarell (México), Burgan (Kuwait) y Daqing (China)- representan más del 50% de la producción de sus respectivos países y el 14% de la producción mundial. El problema es que Cantarell (descubierto en 1971 por un pescador al que debe el nombre, Rudesindo Cantarell), Burgan y Daqing no producen lo que producían y en Ghawar se hacen milagros (en forma de inyecciones de agua salada) para mantener la producción.

De momento, el precio de la materia prima anima la búsqueda. Una tarea muy cara. El buque perforador contratado por Repsol YPF a la compañía StenaDrill por cuatro años ampliables a cinco le cuesta a la compañía un millón de dólares al día, incluido el mantenimiento. El buque, una maravilla tecnológica capaz de perforar a profundidades de 10 kilómetros, es una prueba de hasta dónde están dispuestas a llegar las empresas para descubrir el oro negro.

La carrera por perforar más lejos y más hondo ha convertido a las empresas prestadoras de servicios a las petroleras en piezas clave del proceso. Las plataformas capaces de perforar en aguas ultraprofundas no son muchas: un puñado de decenas repartidas por todo el mundo. Así que sus propietarios se están haciendo millonarios. Es el caso, por ejemplo, del noruego John Fredriksen (compañía Sea Drill), una de las primeras fortunas de su país, o del hombre más rico de América Latina, Carlos Slim, que también construye plataformas petroleras.

Disponível em: <<http://www.elpais.com>> Acesso em: 30/4/2008.

A utilização deste artigo é exclusiva do "Folha Online".