

IMAGÉTICA ESPACIAL NO CAPITALISMO EXTRATIVO: FORMA E FORÇA NOS DIAGRAMAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Henri Acselrad*

Wendell Ficher Teixeira Assis**

*Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Rio de Janeiro, RJ, Brasil

**Universidade Federal de Alagoas, Programa de Pós-graduação em Sociologia, Maceió, AL, Brasil

Resumo

No capitalismo contemporâneo de fluxos, as corporações cujos negócios dependem de recursos do território recorrem crescentemente a políticas sociais privadas visando favorecer a inserção territorial de seus projetos. Com o propósito de assegurar sua reputação, participam de uma disputa pela representação do espaço social mediante o uso crescente do instrumento visual dos diagramas. Entre os usos empresariais de diagramas, dois são aqui discutidos. Enquanto os diagramas de “responsabilidade social empresarial” pressupõem um espaço harmônico de parceria e cooperação, os mapeamentos ditos “de risco”, para uso interno das empresas, mostram a presença do dissenso e de ameaças ao rumo dos negócios. O texto faz uma leitura crítica da literatura do management empresarial e do material diagramático que a compõe e discute diagramas publicados em relatórios de sustentabilidade e responsabilidade social empresarial de grandes corporações do setor extrativo mineral.

Palavras-chave

Diagramas; Responsabilidade Social Empresarial; Mapeamento de Riscos; Capitalismo de Fluxos; Indústria Extrativa.

SPATIAL IMAGERY IN EXTRACTIVE CAPITALISM: FORM AND STRENGTH IN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DIAGRAMS

Henri Acselrad*

Wendell Ficher Teixeira Assis**

*Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Rio de Janeiro, RJ, Brazil

**Universidade Federal de Alagoas, Programa de Pós-graduação em Sociologia, Maceió, AL, Brazil

Abstract

In the contemporary capitalism of flows, companies that strongly depend on territorial resources adopt social private policies so as to ensure the spatial insertion of their projects. In order to preserve their reputation, they also take part in a dispute for the legitimate representation of social space through the growing use of the visual instrument of diagrams. From among the corporate uses of diagrams, two types will be discussed herein. Whereas “corporate social responsibility” diagrams presuppose a harmonic space of partnership and cooperation, social risk mapping reveals the presence of dissensus and threats to the business climate. The text makes a critical reading of the business management literature and the diagrammatic material that composes it, and discusses diagrams published in the sustainability and corporate social responsibility reports of large corporations in the mineral extractive sector.

Keywords

Diagrams; Corporate Social Responsibility; Risk Mapping; Capitalism of Flows; Extractive Industry.

IMAGÉTICA ESPACIAL NO CAPITALISMO EXTRATIVO: FORMA E FORÇA NOS DIAGRAMAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Henri Acselrad

Wendell Ficher Teixeira Assis

A imagética espacial é um dos mais eficazes instrumentos de redução da complexidade do mundo – por escamoteamento de quase tudo o que remete ao vivido e às práticas construtivas das espacialidades mutantes e proteiformes – e, também, um espetacular veículo de mitologias programadas, ideologias espaciais e políticas (LUSSAULT, 2007, p. 80).¹

Introdução

Na literatura contemporânea do *management*, a reputação é considerada um ativo estratégico, vista como fonte de criação de valor e de vantagens competitivas. Para a comunidade financeira, a boa reputação junto à sociedade e aos agentes do mercado é hoje parte do capital das empresas. A relação de interdependência típica de um mundo globalizado as teria exposto a novos e maiores riscos de ordem ambiental, social e trabalhista. Críticas provenientes da sociedade colocam as corporações em situações ditas de “risco social”, configuradas quando são publicamente questionadas suas práticas e gerados abalos à sua imagem pública. A decisão de empregar trabalhadores em países menos industrializados sem o respeito aos padrões trabalhistas prevaletentes em economias mais industrializadas, por exemplo, é vista na atualidade pela consultoria empresarial como causa de resultados indesejáveis, como críticas públicas à sua cadeia produtiva (KYTLE; RUGGIE, 2005). Esse mesmo raciocínio explicaria o fato de que, a partir de meados de 2020, ante as pressões internacionais sobre as políticas ambientais desastrosas do governo brasileiro eleito em 2018, parte do agronegócio exportador de commodities do Brasil passou a demonstrar preocupação com a perda de mercados e com a defesa do que entendem ser seu “capital reputacional”.

Os teóricos do *management* definem “reputação” como um ativo empresarial intangível resultante da percepção que a sociedade tem do compromisso das

1. Todos os textos de língua estrangeira foram traduzidos pelos autores deste artigo.

empresas com o cumprimento de leis e normas, e, de forma mais geral, da confiabilidade das práticas das corporações (BOISTEL, 2014). Por trás da reputação, as corporações enxergam o volume de suas vendas e a possibilidade de assegurar lucros de longo prazo, evitando perdas derivadas de eventos que comprometam sua imagem. Esta, por sua vez, é vista como dependente do respeito ao conjunto de regras jurídicas provenientes do direito positivo, mas também de regras adotadas sem obrigação legal, relativas aos certificados de qualidade ou às ações da chamada “responsabilidade social empresarial”. Em caso de não respeito a essas regras, a empresa pode ser acusada de faltar com suas obrigações. A exposição permanente das corporações a riscos jurídicos e políticos decorrentes de críticas da sociedade às suas práticas as levou a se engajarem numa gestão preventiva das ameaças à sua reputação, preocupação particularmente presente entre aquelas cujas atividades dependem fortemente de sua “ancoragem territorial”, como é o caso das empresas do setor extrativo.

Os chamados “mapeamentos de riscos” constituem uma plataforma de comunicação interna das empresas com os funcionários a fim de sensibilizá-los quanto a comportamentos que possam justificar denúncias contra a empresa. Os consultores empresariais sustentam que, na perspectiva de gerenciar tais críticas, os programas de “responsabilidade social empresarial” são o instrumento que, por meio do contato com as comunidades do entorno de suas instalações, propiciam a obtenção de informações, conscientização e *insights* sobre os “riscos sociais”, ao mesmo tempo que se constituem em um meio eficaz de responder a eles (KYTLE; RUGGIE, 2005, p. 10). Para esses consultores, programas sociais protagonizados por empresas, quer de geração de renda, quer relativos à educação ou à saúde, ao se apresentarem como capazes de proporcionar melhores condições de vida às comunidades, diminuiriam a probabilidade de novas ameaças a seus negócios. Teria se tornado fundamental, para a sobrevivência das empresas, a antecipação dos referidos “riscos sociais”, pois “conhecer as variáveis que podem influenciar o retorno dos investimentos é indispensável para reduzir as surpresas, antecipar ou simular comportamentos defensivos ou agressivos” (BRAGA; BRUNI; MONTEIRO, 2007, p. 2). Para tanto, a credibilidade das políticas ditas de responsabilidade social depende de importantes esforços de comunicação (CARDEBAT; CASSAGNART, 2011, p. 76).

Os instrumentos da comunicação empresarial constituem não só discursos sobre as próprias empresas, destinados a forjar uma boa reputação perante a sociedade em geral e as populações de áreas territoriais de interesse imediato das corporações, como também sobre o espaço social em que elas atuam estrategicamente, como é o caso dos mapeamentos de riscos sociais. Esses instrumentos inscrevem-se num conjunto de formas de representação espacial e diagramas pelas

quais as corporações ora disseminam o modo benfazejo como esperam ser vistas, ora forjam leituras estratégicas próprias do campo social em que atuam. Como portadores de uma espécie de geometria ideológica, quando tornados públicos, tais diagramas empresariais fazem parte das disputas pela descrição legítima do espaço de relações em que se inscrevem a empresa e os agentes que ela julga terem a capacidade de afetar seus interesses. O recurso à visualidade diagramática é um instrumento heurístico com o qual as corporações esperam poder favorecer, pela imagem, a legitimação de suas práticas e orientar suas ações.

Com base em uma leitura crítica da literatura do *management*, o texto pretende discutir a “geometria” da representação do espaço social presente nas estratégias de visualidade diagramática das empresas do capitalismo extrativo. Para tanto, será apresentada uma breve revisão histórica das estratégias empresariais de construção de consentimento nos espaços extramuros em que se inscreve o discurso da responsabilidade social empresarial e, em seguida, será discutido o papel da visualidade diagramática na difusão de uma representação mitológica e não conflituosa do espaço social, em contraste com a representação instrumental do território conflituoso que as empresas pretendem controlar.²

1. Divisão do trabalho político de disciplinamento – a ordem social nos espaços não diretamente produtivos

Ao longo da história do capitalismo, prevaleceu uma espécie de divisão política do trabalho de disciplinamento social. Valeu, desde seus primórdios, a autoridade do capital no interior das fábricas e do Estado nas áreas externas aos espaços fabris. Em estágios iniciais da organização da grande indústria, combinaram-se uma disciplina estrita do trabalho no interior da fábrica e, fora dela, um paternalismo privado que buscava enquadrar a vida cotidiana dos trabalhadores por intermédio da filantropia, com a oferta de creches, colônias de férias etc.

Nos anos 1990, havia sinais de mudança nessa divisão do trabalho de disciplinamento social. Surgiram e se difundiram, desde então, práticas empresariais de gestão de territórios e passou-se a falar da necessidade de uma “ancoragem territorial dos negócios” situados fora dos perímetros estritos da propriedade privada de unidades produtivas. As empresas envolvidas em atividades econômicas fortemente dependentes do território investiram na estabilização sociopolítica dos “entornos” de seus estabelecimentos produtivos, e as teorias gerenciais se dedicaram

2. O presente trabalho está ancorado na análise de diagramas veiculados nos relatórios de sustentabilidade e responsabilidade social empresarial de grandes corporações do setor extrativo mineral, cuja publicação foi realizada no intervalo entre 2015 e 2020. Recorremos também à análise de diagramas utilizados por consultorias empresariais e por autores da literatura do *management*.

a incorporar as relações extramercantis das empresas com a sociedade no próprio cálculo econômico da eficiência dos investimentos. Nos dizeres dos consultores da área, “se quiserem ser eficazes, as empresas terão que prestar atenção aos grupos que podem afetar e ser afetados pela realização dos objetivos que as movem” (FREEMAN, 1999, p. 234). Tais grupos seriam aqueles que detêm algum poder “de atrair a atenção da mídia”, ou “de exercer coerção sobre o andamento dos negócios”. Os discursos sobre a gestão empresarial do “social” inscrevem-se, assim, na continuidade e na distintividade históricas dos diferentes modos capitalistas de construção de consentimento, visando, notadamente, evitar rupturas nos fluxos de mercadorias e dinheiro.³

Em sua polêmica com Proudhon, Marx já apontara a existência de uma correlação entre as formas políticas de organização da sociedade e a autoridade de distribuir socialmente os esforços de trabalho pelas atividades: “Com relação à divisão do trabalho, a autoridade no interior da fábrica e a autoridade no seio da sociedade situam-se em razão inversa” (MARX, 1972, p. 143).⁴ Nessa “regra geral” inferida por Marx, pode-se perceber a presença de uma divisão do trabalho de outra natureza – uma divisão política do trabalho de disciplinamento social. Esse tipo de divisão caracterizou-se, ao longo das primeiras fases da industrialização, pela crescente transferência de autoridade disciplinar do Estado para o capital, cabendo ao primeiro basicamente fixar as condições jurídicas mais gerais de regulação das relações salariais. No capitalismo do final do século XX, assistimos a uma nova configuração dessa divisão do trabalho político de disciplinamento. Em certos setores de atividade, a autoridade empresarial passou, em consonância com as mudanças do papel do Estado subsequentes às reformas liberais dos anos 1990,

3. Como assinala Pierre Veltz, em sua caracterização das formas materiais de capitalismo pós-fordista, “o núcleo das novas estratégias de racionalização da indústria encontra-se na busca de coordenação-integração em escala global do ‘sistema de produção’ e na emergência de uma função transversal logística” (VELTZ, 1988, p. 33). Caberia à gestão empresarial conectar, em rede, os fluxos e as sequências de produção em esquemas logísticos estruturantes: “Trata-se, no sentido técnico, de nós logísticos; no sentido econômico, da possibilidade de criar e reconfigurar com leveza e rapidez as cadeias heterogêneas de atividades; no sentido sociológico e mais metafórico, da capacidade de criar redes cruzando culturas e referenciais múltiplos” (VELTZ, 2005, p. 215-216). VELTZ, P. Rationalisation, organisation et modèles d’organisation dans l’industrie, orientations de recherche. In: COHENDET, P.; HOLLAED, M.; MALSCH, T.; VELTZ, P. *L’Après-taylorisme – nouvelles formes de rationalisation dans l’entreprise en France et en Allemagne*. Paris: Economica, 1988. p. 33-46; e VELTZ, P. *Mondialisation, ville et territoires*. Paris, PUF, 2005.

4. “Podemos estabelecer como regra geral que, quanto menos a autoridade presidir à divisão do trabalho no interior da sociedade, mais a divisão do trabalho se desenvolverá no interior das oficinas e mais ela estará submetida à autoridade de um só. Assim, a autoridade nas oficinas e aquela no seio da sociedade, com relação à divisão do trabalho, estarão em relação inversa uma à outra”. MARX, K. *Misère de la Philosophie*. Paris: Ed. Sociales, 1972, p. 143, apud *Le Capital – Livre I*. Paris: Ed. Sociales, 1976, note 38, p. 628.

a desenvolver estratégias próprias de estabilização dos terrenos sociais ocupados por grupos que, embora não trabalhando na empresa, são tidos como capazes de afetar e serem afetados pelas atividades empresariais localizadas.

O acúmulo de experiências prévias com as tecnologias de controle e disciplinamento dos trabalhadores dentro das fábricas não deixou de ter, com adaptações, influência nas estratégias de controle que hoje as empresas pretendem exercer fora de suas instalações. Ao longo do que Gaudemar (1982) chamou de “ciclo disciplinar”, distintas estratégias de controle, internas às unidades de produção, foram se sucedendo: panoptismo e paternalismo combinaram-se numa economia industrial que visava impor ao trabalhador o silêncio e o respeito à ordem. Tecnologias de disciplinamento dos trabalhadores fora das fábricas foram adotadas por meio de estratégias indiretas de moralização social. Nas *company-towns*, o patrão-patriarca gerenciava, como bom pai de família, a vida dos trabalhadores – tratados como menores imaturos – também fora do lugar de trabalho. Ao lado das formas da vigilância panóptica e do paternalismo moralizante, buscou-se uma disciplina com bases objetivas: tal como na perspectiva da engenharia industrial, em que todo sistema técnico era concebido com vistas à obtenção de um efeito controlável e mensurável, as técnicas de controle dos trabalhadores seguiram o modelo das técnicas de controle das máquinas. O processo produtivo foi, nesse caso, pensado como uma série lógica matemática da qual se pudessem excluir eventos aleatórios. Uma aritmética política e moral começou a orientar o governo das fábricas. A disciplina objetivada pela máquina e pelo cronômetro foi a forma industrial assumida pela aritmética moral idealizada, no século XIX, pelo pensamento utilitário de Bentham, fazendo do automatismo uma forma de autocratismo (GAUDEMAR, 1982, p. 51-52).

Nos novos sistemas industriais pós-fordistas, os espaços produtivos tenderam a ser tratados como espaços de mobilidade e fluidez. No caso de processos ditos contínuos (caracterizados por fluxos dos materiais como os da indústria extrativa), o sítio industrial é constituído não só por um local, mas igualmente por uma rede de unidades/processos, ainda que disposta em áreas extensas e conectadas, por onde circulam seus produtos, indo das minas aos portos por estradas de ferro ou minerodutos. Esses “sítios-rede” implicam, de forma muito particular, os modos de vida das populações circundantes, envolvendo extensivamente os espaços de vida relativos à moradia, escolas, lazer etc., pois a “estratégia de investimento produtivo e extensivo do espaço é também estratégia de investimento no espaço social” (GAUDEMAR, 1980, p. 40).

Com o reordenamento espacial próprio ao capitalismo flexível contemporâneo, a forma “sítio-rede” foi incorporada ao conjunto da economia; a rentabilidade dos negócios depende da funcionalidade da rede: a estratégia espacial de

investimento produtivo é também uma estratégia de investimento no espaço “não diretamente produtivo”. Em direção a esses espaços, ocupados por sujeitos que, embora não subordinados a nenhuma relação contratual com as empresas, podem ser vistos como capazes de oferecer risco à estabilidade dos negócios, é que são pensadas as estratégias de comunicação empresarial. Delas fazem parte os diagramas a seguir discutidos, que, de um lado, têm como objetivo prevenir “riscos sociais”, e, de outro, disseminar representações harmônicas das relações entre as empresas e os grupos sociais atingidos por seus projetos.

2. Espaço social e diagramas

O diagrama é uma representação visual simplificada e estruturada de componentes selecionados de coisas e fenômenos. Essa forma de representação costuma ser empregada para pôr em evidência relações entre as partes de um conjunto. Trata-se, em geral, de figuras lineares abstratas às quais se recorre para representar as formas que se entendem como essenciais em um objeto ou fenômeno, de modo a facilitar uma demonstração ou tornar sensíveis determinados fatos. No campo científico, o diagrama pode intervir como instrumento de validação no percurso de uma argumentação (DONDERO, 2011, p. 1). Na semiótica de Peirce, o diagrama aparece como uma subcategoria do ícone que não tem por função se assemelhar a seu objeto, mas sim exprimir suas propriedades relativas por um dispositivo analógico que induz naturalmente a uma seleção e a certa abstração. Como ícone relacional (MEIER, 2007), ele conteria informações implícitas que, para aparecerem, precisam ser tornadas explícitas mediante algum processo de observação de relações não evidentes. Ele é pensado, portanto, em face de sua capacidade de fazer convergirem entendimentos em direção a uma explicação (STJERNFELT, 2000, p. 360). A capacidade de arrazoar e produzir inteligibilidade pautada em experiências seria um processo imaginativo visual e o diagrama se configura como um meio de expressar relações abstratas entre as premissas das quais uma hipótese pode emergir (NUBIOLA; BARRENA, 2012).

A pertinência do modo de representação diagramático é justificada pelo fato de que “a natureza e os hábitos de nosso espírito nos fazem senti-lo de imediato, sem que devamos fazer o esforço de nos lembrarmos de qualquer regra de nossos modos de expressão habituais” (VERHAEGEN, 1994, p. 28). Esse seria o atributo capaz de explicar a diversidade de usos sociais de diagramas que vemos transitar entre distintos domínios, a saber, relações espaciais que são dispostas graficamente em um plano que pode se aplicar tanto ao ensino da lógica como a representações do espaço social. O discurso da responsabilidade social empresarial, acompanhado correntemente de uma profusão de representações diagramáticas, é um exemplo

contemporâneo da retórica dita epidítica, gênero de eloquência que não se presta a controvérsia e pretende tornar coerente o presente (NICOLAS, 2009). O texto visual usual contendo círculos que se cruzam, por exemplo, é um instrumento linguístico típico de apresentação dos entes empresariais como entrelaçados harmonicamen- te com as esferas relevantes da vida social (Figura 1). Em substituição aos círculos concêntricos pelos quais as empresas costumavam se representar ocupando o centro e situando as demais instâncias da sociedade na periferia, os diagramas do capi- talismo pós-fordista procuram exibir círculos-domínios que se entrelaçam – preen- chidos com os termos “social, econômico e ambiental”, ou “planeta, prosperidade, pessoas”. Os elementos do mundo social são, assim, recortados e representados de forma estilizada, com traços simplificados e infantis, resultantes de colagens pedagógicas de figuras geométricas que pretendem exaltar a “transparência” das atividades da empresa (CATELLANI, 2011). Com as figuras assim dispostas, busca-se oferecer a leitura de um espaço feito de laços e conexões entre atores sociais e em- presas. A intenção do dispositivo retórico é fazer com que o ato perceptivo visual preceda o cognitivo em decorrência de uma associação forte entre ordem visual e regime de verdade; que o saber provenha do ver (ZARNOVEANU, 2012, p. 3).

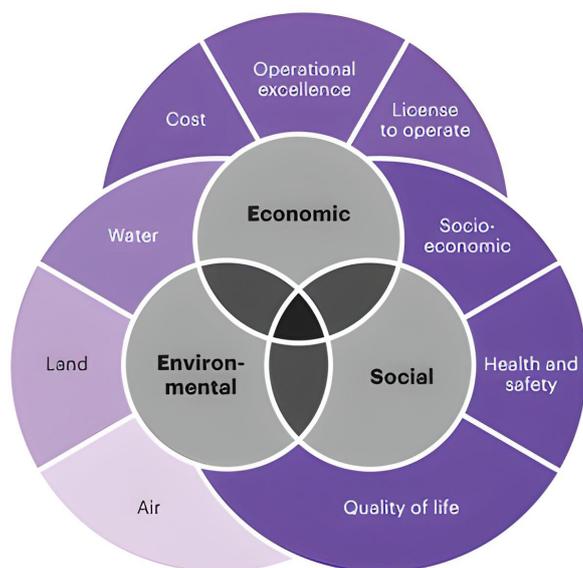


Figura 1. Dimensões da sustentabilidade na perspectiva da indústria da mineração

Fonte: <https://www.de.kearney.com/social-impact/article/?/a/mining-takes-on-the-sustainability-challenge>. Acesso em: 14 mar. 2021.

Os diagramas em forma de pirâmide, por sua vez, intentam sugerir a me- táfora da superposição de diferentes camadas de “responsabilidade” – econômi- ca, legal, ética e filantrópica (Figura 2). A responsabilidade filantrópica é posta,

correntemente, no topo da pirâmide, com o lucro em sua base, ainda que alguns consultores pretendam colocar a responsabilidade filantrópica em um segundo nível, imediatamente apoiada sobre o fundamento da lucratividade (VISSER, 2007). Na controvérsia sobre a disposição das camadas, percebe-se, sob a ideia de importância relativa, estar em causa o montante de recursos que a corporação pretende gastar em nome das respectivas “responsabilidades” ou, como alguns consultores reconhecem, “respostas” (CARROLL, 1979).



Figura 2. Pirâmide da responsabilidade social de Carroll (1991)

Fonte: Carroll (1991) apud Dulkiah et al. (2019).

O tempo – do mesmo modo epidítico e incontroverso – é apresentado por setas que indicam uma evolução das distintas “responsabilidades” ao longo do tempo: econômica nos anos 1960 e socioambiental a partir dos anos 2000. Linhas do tempo em forma de espinha de peixe – diagramas de causa e efeito –, por sua vez, têm o propósito de representar a chegada das inovações discursivas expressas nas setas que alimentam a linha central evolutiva que desemboca na noção de “responsabilidade social empresarial”. Para uma gestão moral dos “*stakeholders*” – a saber, dos que, ante as empresas, “reivindicam direitos legais e éticos”, a atenção deveria passar “da responsabilidade social à resposta social” (FREDERICK, 1994, p. 150). O caráter que se pretende apaziguador da “responsabilidade social empresarial” é exposto de forma reveladora e caricatural em diagramas em que as ações sociais das empresas assumem a forma de uma nuvem de onde caem pingos de chuva sobre espaços em chamas; ou quando “*stakeholders* emergentes” ameaçadores, são representados como bombas prestes a explodir (Figura 3).



Figura 3. Diagrama estratégico empresarial com explicitação de conflito potencial
 Fonte: Viquez (2013).

Nas representações diagramáticas da indústria extrativa mineral, a figura do *stakeholder*, parte interessada, ganha visibilidade. Essa é a denominação que os consultores empresariais dão aos atores sociais que estabelecem relações com as atividades das empresas, incluindo aqueles em que tais relações são de proximidade espacial com as instalações industriais e dos quais as empresas pretendem “conquistar corações e mentes” (MOUNTFORD, 2022, p. 2). Esses são os grupos sociais que as corporações temem serem capazes de interromper o funcionamento das instalações minerárias, podendo levar a quedas da ordem de até 20 bilhões de dólares a cada semana de atraso da produção das minas de importância global, segundo estimativas do *Conflict and Mining Report do International Council on Mining and Metals (ICMM)* (ROSSOUW, 2016). A noção de *stakeholder*, a seguir discutida, terá papel central na representação de um espaço social harmônico que as corporações procuram difundir mediante seus diagramas. Como veremos, o discurso que concebe os *stakeholders* como “parceiros” dos projetos empresariais não corresponde de modo algum à topologia conflituosa na qual os agentes assim designados costumam ser situados e representados. Essa dimensão ficará patente ao explorarmos, na seção subsequente, as figurações diagramáticas dos chamados mapas de risco social.

3. Um “capitalismo de *stakeholders*”

Na literatura empresarial, certos autores deram-se a tarefa de criar um vocabulário direcionado a dotar as empresas de uma imagem moral que

“alargue seus horizontes e transcenda os limites das concepções precedentes” (WICKS; GUILBERT; FREEMAN, 1994, p. 256-257). A categoria *stakeholder* é fruto desse esforço de redefinição retórico do sentido das práticas empresariais. Freeman (1984, p. 46) denomina *stakeholder* “qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou ser afetado pela realização dos objetivos de uma organização”. São vagas as indicações sobre a natureza específica das afetações mencionadas ou acerca dos meios pelos quais elas produzem efeitos ou afetos. Sabemos que, para Spinoza, filósofo do qual Freeman, consultor empresarial que se apresenta como graduado em Filosofia, teria emprestado certas noções, afeto são “as afecções do corpo, pelas quais sua potência de agir é aumentada ou diminuída” (SPINOZA, 2008, p. 163).

Segundo Freeman, a palavra *stakeholder* apareceu pela primeira vez em um memorando interno do Stanford Research Institute, em 1963, para qualificar “os grupos sem o suporte dos quais a organização deixaria de existir” (FREEMAN, 1984, p. 31). A partir de então, despontou a questão do “gerenciamento” de atores de cujo “suporte” depende a existência da empresa, ou, nos termos de Freeman, de “articular as partes na mesma direção de modo a obter um capitalismo estimulante” (FREEMAN, 2013, [n.p.]). A necessidade desse suporte advém do fato de que “pessoas ou grupos possuem, ou reivindicam, propriedades, direitos ou interesses” (CLARKSON, 1995, p. 106) junto às empresas por se verem na condição de afetados pelas práticas empresariais. As expressões empresariais mais específicas para a ação potencial dos detentores de direitos apontam para o entendimento de que afetar quer dizer ameaçar (YANG et al., 2009) ou oferecer riscos (FONSECA et al., 2017); citam-se protestos e boicotes (KELLY, 2005), ações que podem configurar “cenários turbulentos”,⁵ caracterizados por demandas e críticas em proveniência das comunidades locais (BRAGA; BRUNI; MONTEIRO, 2007); ou, ainda, práticas geradoras de um clima de tensão que pode prejudicar os processos de licenciamento e de certificação (LÔBO, 2007).

A construção da categoria *stakeholder* faz parte, portanto, de uma estratégia discursiva que procura diluir os conflitos reais ou potenciais enfrentados por uma organização em um *continuum* de cooperação e conflito.⁶ Isso implica a pretensão

5. Entre os eventos que podem constituir tais cenários, Mitchell, Agle e Wood (1997, p. 877) citam “greves tumultuadas, sabotagem dos funcionários e terrorismo”, assim como “táticas coercitivas que incluem ambientalistas colocando pregos em árvores em áreas a serem desmatadas e terroristas religiosos ou políticos usando bombardeios, tiroteios ou sequestros para chamar atenção para suas reivindicações”.

6. Conforme afirma Svampa (2008, p. 108), “o modelo da governança está sendo aplicado hoje na América Latina no marco da extensão de um modelo extrativo-exportador”. A concepção que subjaz a esse modelo é que, “mais além da opacidade dos sistemas de representação e das novas incertezas, os antagonismos e as contradições podem resolver-se numa esfera de mediação e de entendimentos recíprocos, na qual o objetivo é tanto a consolidação da governabilidade como a materialização do chamado ‘capital social’ em termos de redes sociais e políticas”. SVAMPA, M. *Cambio de época – movimientos sociales y poder político*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno; Clacso Coediciones, 2008.

de supor, por exemplo, por absurdo, que altos dirigentes de uma empresa podem eventualmente constituir um oponente aos interesses da organização. Por outro lado, supõe-se que grupos sociais afetados negativamente pela empresa, tais como os deslocados de maneira compulsória por um projeto empresarial, podem deixar de criticar tais projetos para se tornarem seus dedicados adeptos. O discurso gerencial da gestão de *stakeholders* pretende justapor, assim, no mesmo campo semântico, agentes explicitamente críticos aos projetos empresariais – como grupos de ativistas – e aliados intrínsecos desses projetos – como as agências financiadoras. Trata-se de diluir os possíveis atingidos pelos projetos empresariais no mesmo campo de relações que as empresas estabelecem com seus parceiros, aliados e colaboradores, ainda que abrindo espaço para nele diferenciar o subcampo dos atores críticos. Ancoradas em uma superposição de campos poligonais de “classes de perigo”, as empresas poderão direcionar estrategicamente seu foco nos ditos “*stakeholders* perigosos”, bem como nos dotados de legitimidade, embora considerados sem poder (Figura 4).⁷

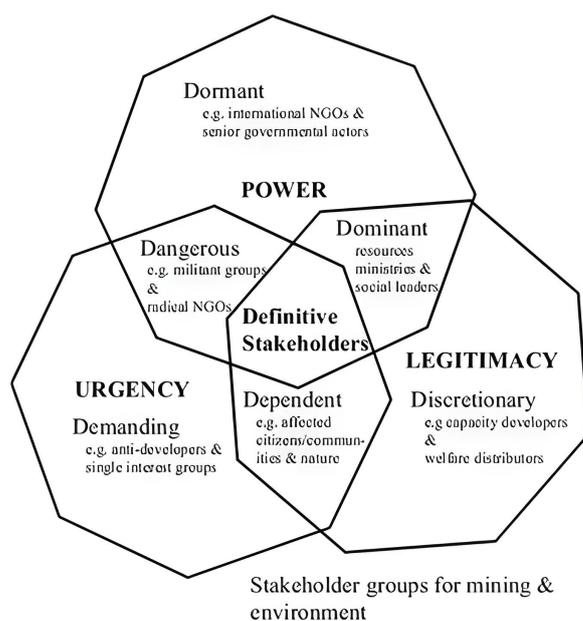


Figura 4. Tipologia de *stakeholders* utilizada por consultores do setor de mineração

Fonte: Elaborada a partir de Mitchell, Agle e Wood (1997).

7. Os atores sociais que, segundo o diagrama-modelo de Mitchell, Agle e Wood (1997, p. 877), são ditos “perigosos” mereceriam atenção porque “em razão de seu poder, eles podem ter um comportamento destrutivo quando, por exemplo, não são informados ou se sentem negligenciados”. <https://globescan.com/2013/05/16/mining-industry-faces-a-struggle-to-win-public-hearts-and-minds/>. VERWIJS, C.; OVEREEM, B. *Cartographie des Parties Prenantes*. Disponível em: https://wikiagile.cesi.fr/index.php?title=Cartographie_des_Parties_Prenantes. Acesso em: 10 jan. 2021. Consultores da indústria mineral fazem a ressalva de que os *stakeholders* dotados de legitimidade, embora desprovidos de poder ou não apresentando urgência de ação, deveriam ser identificados com a mesma diligência com que o são os *stakeholders* dotados de poder (EUROPEAN UNION, 2020, p. 16).

Por meio dos mapeamentos de risco, os *stakeholders* são classificados com base em dois critérios: seu potencial (i) para ameaçar ou (ii) para cooperar com a organização (SAVAGE et al., 1991). Alguns *stakeholders* merecem especial atenção – por seu poder ou legitimidade. Ante um contexto tido como “ameaçador”, as corporações recorrem a uma “inteligência estratégica” (PINTO, 2019), ou, no caso da indústria extrativa, ao que chamam de “inteligência da matéria-prima” (EUROPEAN UNION, 2020), por intermédio da qual pessoas ou grupos de agentes são situados em um diagrama, distribuídos segundo variáveis como “poder” e “interesse no projeto”, capacidade de afetar o projeto empresarial ou de ser afetado por ele. Indivíduos e grupos que as empresas consideram ter “grande interesse” no projeto e “grande poder” de atuar sobre ele deverão, conforme as estratégias do *management*, ser “gerenciados de perto”. No caso dos agentes em cooperação com a empresa, tais como financiadores, gerentes e diretores, “gerenciar de perto” quereria dizer ter com eles uma “conversa”, com vistas a mantê-los alinhados às necessidades do projeto. No caso dos críticos do projeto – designados alternativamente como “bloqueadores”, “destrutivos” ou “perigosos”, não bastariam simples “conversas”: seriam necessárias ações de gerenciamento, isolamento e negociação.

Há consultores do mundo empresarial sustentando, inclusive, que o mapeamento não seria necessariamente um processo formal aplicado a todos os *stakeholders*, posto que “existem *stakeholders* que não são gerenciados de perto e acabam não sendo amplamente monitorados”, a exemplo das instituições financeiras (FONSECA et al., 2017, p. 11 e 13). Ou seja, embora os agentes com interesse em cooperar com a empresa possam ser mapeados, eles raramente serão alvo de “gerenciamento de proximidade”. Isso ocorre porque os esforços empresariais desse tipo de “gerenciamento de proximidade” se destinam, com maior intensidade e prioridade, aos agentes críticos aos projetos do que àqueles que com estes cooperam. A natureza não contratual da relação das empresas com ativistas, por sua vez, pressupõe ações não redutíveis às chamadas “conversas” previstas para agentes inseridos em relações contratuais. Como afirma uma responsável empresarial da produção de mapeamentos de risco, “se uma comunidade de entorno está a ponto de parar uma operação na Justiça e causar um prejuízo enorme na empresa, é preciso entender o cenário e estabelecer compromissos, metas e indicadores que ajudem a diminuir o conflito” (PADEIRO, 2016).⁸

8. Numa audiência pública realizada em outubro de 2013, na Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa do Congresso, um ex-funcionário de uma grande mineradora apresentou indícios de que a empresa em questão mantinha uma rede de espionagem sobre seus funcionários, políticos e movimentos sociais. Cf. COMISSÃO DE DIREITOS HUMANOS E LEGISLAÇÃO PARTICIPATIVA DA CÂMARA DE DEPUTADOS, 2013. Espionagem e infiltração da Vale S.A. Disponível em: <http://www12.senado.gov.br/ecidadania/visualizacaoaudiencia?id=841>. Acesso em: 14 jan. 2020. Esse ex-funcionário exibiu

Segundo os profissionais dos mapeamentos de *stakeholders*, levantamentos desse tipo costumam resultar de consultas a relatórios do Serviço de Atendimento ao Consumidor, da ouvidoria, do setor de comunicação e de pesquisas exploratórias (PADEIRO, 2016), com a finalidade de identificar, junto aos atores, a presença de “expectativas distintas” ou conflitantes com relação ao projeto empresarial, de modo a buscar mitigá-las (CARVALHO; RABECHINI JR., 2011).⁹ Há, pois, uma relação entre o gerenciamento de *stakeholders* e a gestão dos riscos que estes possam vir a oferecer às empresas (FONSECA et al., 2017, p. 16). Nesses casos, ao contrário dos diagramas de responsabilidade social empresarial desenhados para construir a reputação corporativa, os diagramas que representam ameaças aos projetos de investimento se assemelharão a um “mapa das relações de força”, que tende a ser utilizado para fins estritamente internos às corporações (Figura 5).

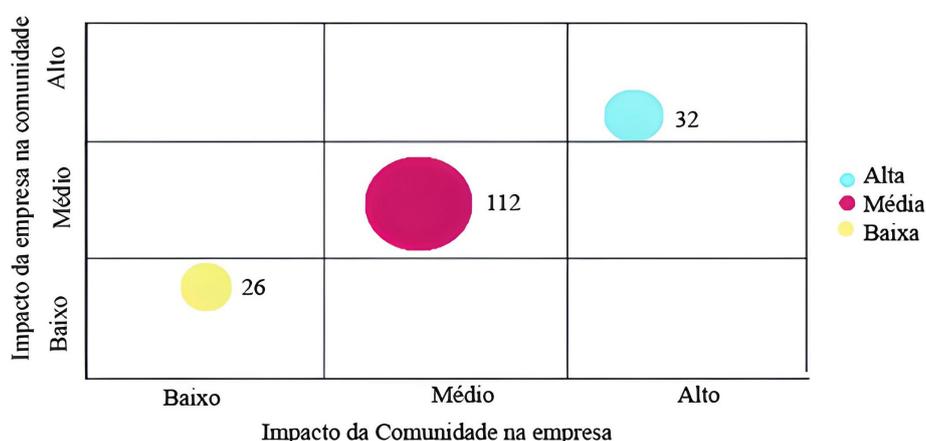


Figura 5. Diagrama de risco social de grande empresa

Fonte: Giffoni e Wanderley (2010).

A construção dos mapas de riscos sociais – aplicado a *stakeholders* perigosos ou dotados de legitimidade, nos termos do modelo referencial de Mitchell, Agle e Wood (1997) – constitui, assim, uma topologia das relações de força. A representação

demonstrativos de pagamentos feitos a uma empresa que havia sido fundada por um ex-integrante do DOI-CODI. Cf. OTÁVIO, C.; DUARTE, A. Agentes da ditadura criam rede de arapongas. *O Globo*, 25 abr. 2011; e AMARAL, M. Vazamento de informações expõe espionagem da Vale. *Publica Agência de Reportagem e Jornalismo Investigativo*, 13 set. 2013. Disponível em: <http://www.apublica.org/2013/09/abrindo-caixa-preta-da-seguranca-da-vale/>. Acesso em 25 out. 2020.

9. Não é desprovida de propósito a percepção de que esse tipo de prática tenha se tornado um serviço de consultoria em vias de expandir sua oferta para outros campos da vida social, como de governos (como o levantamento de “detratores” encomendado por um ministro da Economia) (BOLLE, 2020) ou por agências reguladoras, como a Agência Nacional de Mineração (OFICINA DA PALAVRA, 2020). BOLLE, M. de. Os detratores de Guedes. *Estado de S. Paulo*, 2 dez. 2020; OFICINA DA PALAVRA. Agência Nacional de Mineração. *Mapeamento de influenciadores digitais*. Brasília, DF, nov./dez. 2020.

gráfica do espaço do conflito se inscreve no processo pelo qual, quando criticados, os agentes do capitalismo objetivam, em alguma medida, reconstituir a implicação positiva e o consentimento da sociedade (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009). No caso de projetos empresariais fortemente dependentes de recursos do território, intenta-se, em particular, “gerenciar” os grupos sociais com os quais as corporações não têm necessariamente relações contratuais, a despeito de estes deterem poder ou legitimidade para afetar os negócios.

Isso é feito, portanto, tensionando-se as formas convencionais de justificação das práticas empresariais, buscando, como nos termos do presidente do Fórum Econômico Mundial, configurar um chamado “capitalismo de *stakeholders*”.¹⁰ A esse tipo de operação, Boltanski e Chiapello (2009) chamam “deslocamento” – mudança organizativa ou discursiva, efetuada em termos de força ou legitimidade, pela qual o capitalismo assegura continuidade a seus mecanismos de obtenção de lucros. Tais deslocamentos resultam de um trabalho de elaboração coletiva das críticas realizado por *think tanks*, consultorias, especialistas em gestão e comunicadores, e podem ser vistos como procedimentos de mudança do lugar/condição social do enfrentamento crítico, que permitem evitar perdas de superioridade relativa dos atores dominantes e atribuir-lhes forças derivadas de novas circunstâncias. Eles têm por fim, como nos casos aqui discutidos, com o apoio das estratégias de visibilidade diagramática, contribuir para antecipar e esvaziar as críticas. Deslocando-se sutilmente em relação aos postulados morais cujo respeito a sociedade parece requerer, as corporações visam fazer com que, sob novas condições discursivas, as críticas anteriormente existentes possam ser neutralizadas.

Considerações finais

Após as reformas liberais dos anos 1980-1990, foram estabelecidos novos tipos de articulação entre economia e política. O poder de investir tornou-se mais presente junto ao poder de governar, tanto pela maior capacidade de os capitais exercerem pressão sobre os governos como pelo fato de grandes corporações pasarem a ocupar em parte o papel do Estado, fornecendo seletivamente “bens públicos” nos territórios de interesse para seus projetos. A mobilidade internacional dos capitais e a competição interlocal pela atração de investimentos favoreceram a desregulação social e ambiental, permitindo lançar comunidades locais no interior do que Stengers e Pignarre (2005) chamaram de “alternativas infernais”.

10. “A proteção da natureza fará parte do ‘Grande Reinício’, incluindo um novo contrato social e uma mudança do capitalismo de acionistas para um capitalismo de partes interessadas.” SCHWAB, K. Apresentação do relatório *O futuro da natureza e os negócios*. Genève: Fórum Econômico Mundial, 17 jul. 2020.

Ocorre que, em situações em que a ameaça de deslocalização dos projetos não pode ser exercida, quando há rigidez locacional dos negócios, como é o caso das indústrias extrativas, políticas de “responsabilidade social empresarial” são acionadas. Por meio delas, as empresas procuram fazer com que direitos à educação e à saúde passem a ser entendidos, pelas populações atingidas, como um favor concedido pelas corporações. As formas correntes de antecipar e neutralizar conflitos, na perspectiva de garantir o fluxo dos negócios, são, por um lado, a vigilância, pelo chamado “mapeamento de *stakeholders*”, e, por outro, as políticas sociais privadas. Os diagramas da responsabilidade social empresarial formam parte do campo de disputa pela representação legítima do espaço de relações cujo controle as corporações pretendem assumir (BOURDIEU, 1989). Trata-se de fazer ver, crer e reconhecer um mundo social sem dissenso, em que os grupos atingidos pelos projetos empresariais se vejam como parceiros, “partes interessadas” e “coproprietários psicológicos” desses projetos. Diagramas desse tipo integram uma estratégia que visa exercer o poder de apresentar uma descrição legítima da topologia do espaço social, de explicitar a relação das partes com um todo e das partes entre elas (BATT, 2004, p. 7). Eles não pretendem representar um mundo preexistente, mas, sim, produzir “um novo tipo de realidade, um novo modelo de verdade” (DELEUZE, 1988, p. 45), explorando a produtividade cognitiva das operações de visualização (DAHANGAIDA, 2017, p. 43).

A representação diagramática pretende-se, assim, portadora de um conjunto de crenças que redescrevem o mundo, traduzindo um regime específico de verdade em que “o crer se localiza no ver” (BALANDIER, 1987). Espera-se desse tipo de diagrama o efeito de uma “cópia de algo cujo original jamais existiu” (JAMESON, 1996, p. 45), pseudoevento, espetáculo imagético, parte do que Guy Débord (1967 [1997]) chamou de “cultura do simulacro”. Rousseau e Montesquieu já haviam formulado o problema da ordem social nos termos de uma geometria sociopolítica: a sociedade seria o espaço estruturado pelas relações entre extensão e volume, expansão e contração, supondo-se um isomorfismo entre as geometrias do espaço e da ordem sociopolítica (FERNANDES, 1993, p. 112). Para D’Arcy Thompson, toda forma “pode ser sempre descrita como o resultado da ação de uma força” (1992, p. 16). No laboratório da história, os diagramas exprimem, pois, mundos inventados que podem nos revelar a relação direta entre conflito social e forma estética, batalhas complexas desenvolvidas através de formas, imagens e imaginários (MORETTI, 2008, p. 107; SAID, 1995, p. 37-38).

Enquanto os mapas empresariais dos riscos sociais, destinados ao público interno das corporações, pretendem captar e revelar as relações de forças no terreno social, os diagramas da responsabilidade social empresarial têm o intento de fazer

valer uma representação do campo social que se quer esvaziada da variável força. A noção de *stakeholder* integra uma proposta de classificação que dilui o conflito e junta elementos díspares, como clientes, fornecedores ou comunidades em conflito com a empresa. Por sua vez, os mapeamentos de risco social, usados internamente pelas corporações, indicam que uma parte dos ditos *stakeholders* – quando pretendentes à reivindicação de direitos – são vistos com suspeita e monitorados como “perigosos”. Os diagramas da responsabilidade social empresarial, para fins de construção da boa reputação empresarial, não são, portanto, apenas uma proposta de classificação do espaço social, mas parte da disputa por uma descrição formal do espaço de relações, em que se inscrevem a corporação empresarial e os agentes que ela julga poderem afetar seus interesses. A forma pela qual a empresa busca representar as relações nesse espaço exprime força, mesmo objetivando não ser dela uma manifestação e procurando esvaziar, na forma, sua inelutável presença. Assim, a construção da representação espacial desejada pela empresa para defender sua reputação passa pela apresentação de uma imagem de “fachada” do espaço social por meio da qual ela busca diluir seus críticos na condição neutra de *stakeholder*. Em seus “bastidores”, porém, as corporações operam com representações espaciais que classificam estrategicamente seus críticos num campo de forças segundo grau de capacidade de afetar negativamente os negócios, tendo em vista os objetivos de seu disciplinamento e de controle territorial.

Referências

- BALANDIER, G. Images, images, images. *Cahiers internationaux de sociologie*, v. LXXXIII, PUF, p. 134-136, juin 1987.
- BATT, N. L'Expérience diagrammatique: un nouveau régime de pensée. *Théorie Littérature Epistémologie*, n. 22, Saint Denis, Presses Universitaires de Vincennes, p. 5-28, 2004.
- BOISTEL, P. Reputation: un concept à définir. *Communication et organisation*, 46, p. 211-224, 2014.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. *O novo espírito do capitalismo*. Tradução: Ivone C. Benetti. Revisão técnica: Brasília Sallum Jr. São Paulo, Martins Fontes, 2009.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Lisboa; Rio de Janeiro: Bertrand; Difel, 1989.
- BRAGA, R.; BRUNI, A. L.; MONTEIRO, A. Estratégia e decisões de investimento em condições de risco: um estudo na Veracel Celulose S/A. In: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE ESTRATÉGIA, 20. 2007, Barranquilla, Colômbia. *Anais [...] Barranquilla: Slade, 2007*.
- CARDEBAT, J.-M.; CASSAGNART, P. La RSE comme instrument de couverture du risqué de réputation. In: POSTEL, N.; CAZAL, D.; CHAVY, F.; SOBEL, R. (ed.). *La Responsabilité Sociale de l'Entreprise – nouvelle regulation du capitalisme*. Lille: Presses Universitaires du Septentrion, 2011. p. 73-88.

- CARROLL, A. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), p. 39-48, 1991. DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-g](http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-g).
- CARVALHO, M. M. de; RABECHINI JR, R. *Fundamentos em gestão de projetos: Construindo competências para gerenciar projetos: teoria e casos*. São Paulo: Atlas, 2011.
- CATELLANI, A. La Justification et la présentation des démarches de responsabilité sociétale dans la communication corporate: notes d'analyse textuelle d'une nouvelle rhétorique épictétique. *Études de communication* [En ligne], 37, 2011.
- CLARKSON, M. B. E. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *The Academy of Management Review*, v. 20, n. 1, p. 92-117, jan. 1995.
- DAHAN-GAIDA, L. Le Diagramme entre esthétique et connaissance. *Cahiers internationaux de symbolisme*, n. 146-147-148, p. 42-60, 2017.
- DÉBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Tradução: Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, [1967] 1997.
- DELEUZE, G. *Foucault*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- DONDERO, M. G. Diagramme et parcours visuels de la démonstration. *Actes Sémiotiques* [En ligne], n. 114, 2011. Disponível em: <http://epublications.unilim.fr/revues/as/2775>. Acesso em: 23 out. 2016.
- DULKIAH, M.; SULASTRI, L.; IRWANDI, I.; SARI, A. Corporate Social Responsibility (CSR) and social conflict potencies in mining areas community: empirical evidences from Indonesia. *Journal of Critical Reviews*, v. 6, issue 4, p. 52-56, 2019.
- EUROPEAN UNION. *MICA Stakeholder Report Identification & Analysis*. Bruxelas: Mineral Intelligence Capacity Analysis, 2020.
- FERNANDES, T. S. Modernidade e geometrias – a representação da ordem na obra de Èmile Durkheim. *Cadernos de Ciências Sociais*, n. 12-13, p. 107-148, jan. 1993.
- FONSECA, P.; DE NADAE, J.; PACHECO DO VALE, J. W. S.; CARVALHO, M. M. de. Gerenciamento de stakeholders em projetos: um estudo em uma empresa de serviços. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GESTÃO DE PROJETOS, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE, 5, 2017, São Paulo. *Anais [...]*. São Paulo: Singep, 2017. 17 p.
- FREDERICK, W. C. From CSR₁ to CRS₂. *Business & Society*, 33 (2), p. 150-166, 1994.
- FREEMAN, R. E. *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman, 1984.
- _____. Divergent stakeholder theory. *Academy of Management Review*, v. 4, p. 233-236, 1999.
- _____. Changing the story of business and stakeholder theory. Publicado pelo Canal Conscious Venture Lab. *Capitalism Transformed*, 2013. Disponível em: <http://www.consciousventurelab.com/changing-story-business-stakeholder-theory-r-edward-freeman/>. Acesso em: 27 ago. 2020.
- GAUDEMAR, J.-P. de. De la fabrique au site: naissance de l'usine mobile. In: CORIAT, B. et al. *Usines et ouvriers – figures du nouvel ordre productif*. Paris: François Maspéro, 1980. p.13-40.

- GAUDEMAR, J.-P. de. *L'Ordre et la production – naissance et formes de la discipline d'usine*. Paris: Dunod, 1982.
- JAMESON, F. *Pós-modernismo – a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1996.
- KELLY, C. Discurso na Association of Americans for Civic Responsibility (AACR) Roundtable Conference. Washington, DC. 2005. Disponível em: www.boozallen.com/. Acesso em: 21 maio 2020.
- KYTLE, B.; RUGGIE, J. *Corporate social responsibility as risk management: A model for multinationals*. Corporate social responsibility initiative. Cambridge, MA: John F. Kennedy School of Government, Harvard University, 2005. (Working paper n. 10).
- LÔBO, L. Relevância social das florestas plantadas. Monitoramento social/ambiental: perspectivas e desafios para o setor florestal no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA DO SOLO, 31. 2007, Gramado. *Anais [...]*. Gramado: CBCS, 2007.
- LUSSAULT, M. *L'Homme Spatial. La construction sociale de l'espace humain*. Paris: Éditions du Seuil, 2007.
- MARX, K. *Le Capital – Livre I*. Paris: Editions Sociales, 1976.
- MEIER, A. Diagrammes, architecture, musique. *Rue Descartes*, n. 56, p. 46-57, 2007.
- MITCHELL, R. K.; AGLE, B. R.; WOOD, D. J. Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), p. 853-886, 1997.
- MORETTI, F. *A literatura vista de longe*. Porto Alegre: Arquipélago, 2008.
- MOUNTFORD, S. A indústria de mineração enfrenta uma luta para conquistar os corações e mentes do público. [S. l.]: GlobeScan, 2013. Disponível em: <https://globescan.com/2013/05/16/mining-industry-faces-a-struggle-to-win-public-hearts-and-minds/>. Acesso em: 18 jul. 2022.
- NICOLAS, L. La Fonction héroïque: parole épideictique et enjeux de qualification. *Rhetorica*, v. XXVII, issue 2, p. 115-141, 2009.
- NUBIOLA, J.; BARRENA, S. D. Diagrams and reasonableness in Charles S. Peirce's letters during his first visit to Europe (1870-71). In: ENGEL, F.; QUEISNER, M.; VIOLA, T. (ed.). *Das bildnerische Denken: Charles S. Peirce*. Berlin: Akademie Verlag, 2012. p. 175-185. DOI: <https://doi.org/10.1524/9783050062532.175>.
- PADEIRO, C. *Mapa de stakeholders: uma ferramenta de comunicação*. São Paulo: Associação Brasileira de Comunicação Empresarial. Disponível em: <http://www.aberje.com.br/revista/mapa-de-stakeholders-uma-ferramenta-de-comunicacao/>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- PINTO, R. G. *Conflitos ambientais, corporações e as políticas do risco*. Rio de Janeiro: Garamond, 2019.
- PINTO, R. G.; WANDERLEI, L. J. Memória e resistência: a experiência do mapeamento participativo da comunidade quilombola do Linharinho, Espírito Santo. In: ACSELRAD, H. (org.). *Cartografia social e dinâmicas territoriais: marcos para o debate*. Rio de Janeiro: Ippur/UFRJ, 2012. p. 195-222.

- SAID, E. *Cultura e imperialismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- SAVAGE, G. T.; NIX, T. W.; WHITEHEAD, C. J.; BLAIR, J. D. Strategies for assessing and managing organizational stakeholders. *Academy of Management Executive*, v. 5, n. 2, p. 61-75, 1991. Disponível em: https://www.jstor.org/stable/4165008?seq=1#page_scan_tab. Acesso em: 4 out. 2015.
- SPINOZA, B. *Ética*. 2. ed. Tradução: Tomaz Tadeu. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.
- STENGERS, I.; PIGNARRE, P. *La Sorcellerie capitaliste. Pratiques de désenvoûtement*. Paris: La Découverte, 2005.
- STJERNFELT, F. Diagram as centerpiece of Peircean epistemology. *Transactions of the Charles S. Peirce Society*, 36 (3), p. 357-384, 2000.
- THOMPSON, D. *On growth and form*. New York: Dover, 1992.
- VERHAEGEN, P. Image, diagramme et métaphore – à propos de l'icône chez C. S. Peirce. *Recherches en Communication*, n. 1, p. 19-48, 1994.
- VIQUEZ, R. RSC y Stakeholders – Enfoque estratégico para las empresas que desean abordar con seriedad sus responsabilidades ante la sociedad. Bogotá: Banco de Colombia, 2013. Disponível em: <https://es.slideshare.net/fundemas/bac-roxana-vquez>. Acesso em: 19 out. 2021.
- VISSER, W. Revisiting Carroll's CSR pyramid: An African perspective. In: PEDERSEN E. R.; HUNICHE, M. (ed.). *Corporate citizenship in developing countries*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 2006. p. 29-56.
- WICKS, A. C.; GUILBERT, D. R.; FREEMAN, E. Une réinterprétation féministe du concept de partie prenante. *Business Ethics Quarterly*, 4 (4), p. 475-497, 1994.
- YANG, J.; SHEN, G. Q.; HO, M.; DREW, D. S.; CHAN, A. P. C. Exploring critical success factors for stakeholder management in construction projects. *Journal of civil engineering and management*, v. 15, n. 4, p. 337-348, 2009. Disponível em: <http://web.nchu.edu.tw/pweb/users/arborfish/lesson/8497.pdf>. Acesso em: 25 set. 2015.
- ZARNOVEANU, D, E. *L'image entre réflexion et représentation. Aby Warburg et Walter Benjamin*. 2012. Thèse (Littérature Comparée) – Université de Montréal, Montréal, 2012.

Henri Acselrad

Doutor em Economia Pública e Organização do Território pela Université de Paris I. Professor do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Ippur/UFRJ) e pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Email: hacsel@uol.com.br

ORCID: 0000-0001-5774-5220

Contribuição de autoria: análise formal; investigação/pesquisa; escrita – primeira redação; escrita – revisão e edição; administração do projeto.

Wendell Ficher Teixeira Assis

Doutor em Planejamento Urbano e Regional pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (Ippur/UFRJ).

Email: wwficher@yahoo.com.br

ORCID: 0000-0002-9711-0884

Contribuição de autoria: análise formal; investigação/pesquisa; escrita – primeira redação; escrita – revisão e edição.

Submissão: 11 de outubro de 2021.

Aprovação: 1º de abril de 2022.

Como citar: ACSELRAD, H.; ASSIS, W. F. T. Imagética espacial no capitalismo extrativo: forma e força nos diagramas de responsabilidade social empresarial. *Revista brasileira de estudos urbanos e regionais*. v. 24, E202226pt, 2022. doi <https://doi.org/10.22296/2317-1529.rbeur.202226pt>.

Artigo licenciado sob Licença Creative Commons CC BY 4.0.

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR