

ADMINISTRAÇÃO EM FOCO:

Diálogos sobre **ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, GESTÃO ESTRATÉGICA E INOVAÇÃO** **3**

Bianca Gabriely Ferreira Silva
Andréa Cristina Marques de Araújo
Roger Goulart Mello
Organizadores



2022

Editora Chefe
Patrícia Gonçalves de Freitas
Editor
Roger Goulart Mello
Diagramação
Roger Goulart Mello
Projeto gráfico e Edição de Arte
Patrícia Gonçalves de Freitas
Revisão
Os autores

2022 by Editora e-Publicar
Copyright © Editora e-Publicar
Copyright do Texto © 2022 Os autores
Copyright da Edição © 2022 Editora e-Publicar
Direitos para esta edição cedidos à Editora
e-Publicar pelos autores

ADMINISTRAÇÃO EM FOCO: DIÁLOGOS SOBRE A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, GESTÃO ESTRATÉGICA E INOVAÇÃO, VOLUME 3.

Todo o conteúdo dos capítulos, dados, informações e correções são de responsabilidade exclusiva dos autores. O download e compartilhamento da obra são permitidos desde que os créditos sejam devidamente atribuídos aos autores. É vedada a realização de alterações na obra, assim como sua utilização para fins comerciais.

A Editora e-Publicar não se responsabiliza por eventuais mudanças ocorridas nos endereços convencionais ou eletrônicos citados nesta obra.

Conselho Editorial

Alessandra Dale Giacomini Terra – Universidade Federal Fluminense
Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa
Andrelize Schabo Ferreira de Assis – Universidade Federal de Rondônia
Bianca Gabriely Ferreira Silva – Universidade Federal de Pernambuco
Cristiana Barcelos da Silva – Universidade do Estado de Minas Gerais
Cristiane Elisa Ribas Batista – Universidade Federal de Santa Catarina
Daniel Ordane da Costa Vale – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Danyelle Andrade Mota – Universidade Tiradentes
Dayanne Tomaz Casimiro da Silva - Universidade Federal de Pernambuco
Diogo Luiz Lima Augusto – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
Elis Regina Barbosa Angelo – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Ernane Rosa Martins - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás
Fábio Pereira Cerdera – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Francisco Oricelio da Silva Brindeiro – Universidade Estadual do Ceará
Glaucio Martins da Silva Bandeira – Universidade Federal Fluminense
Helio Fernando Lobo Nogueira da Gama - Universidade Estadual De Santa Cruz
Inaldo Kley do Nascimento Moraes – Universidade CEUMA
João Paulo Hergesel - Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Jose Henrique de Lacerda Furtado – Instituto Federal do Rio de Janeiro
Jordany Gomes da Silva – Universidade Federal de Pernambuco



2022

Jucilene Oliveira de Sousa – Universidade Estadual de Campinas
Luana Lima Guimarães – Universidade Federal do Ceará
Luma Mirely de Souza Brandão – Universidade Tiradentes
Mateus Dias Antunes – Universidade de São Paulo
Milson dos Santos Barbosa – Universidade Tiradentes
Naiola Paiva de Miranda - Universidade Federal do Ceará
Rafael Leal da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Rita Rodrigues de Souza - Universidade Estadual Paulista
Rodrigo Lema Del Rio Martins - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Willian Douglas Guilherme - Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

A238 Administração em foco [livro eletrônico]: diálogos sobre a administração pública, gestão estratégica e inovação: volume 3 / Organizadores Bianca Gabriely Ferreira Silva, Andréa Cristina Marques de Araújo, Roger Goulart Mello. – Rio de Janeiro, RJ: e-Publicar, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-89950-95-0

1. Administração de empresas. 2. Administração pública.
3. Planejamento estratégico. I. Silva, Bianca Gabriely Ferreira.
II. Araújo, Andréa Cristina Marques de. III. Mello, Roger Goulart.
CDD 658.4

Elaborado por Ana Carolina Silva de Souza Jorge – CRB6/2610

Editora e-Publicar

Rio de Janeiro – RJ – Brasil
contato@editorapublicar.com.br
www.editorapublicar.com.br



2022

CAPÍTULO 3

PANDEMIA, DEMARKETING E A (DES)ACELERAÇÃO PÓS-CAPITALISTA: TECNOLOGIAS PRODUTIVAS E A ECONOMIA DIGITAL SOLIDÁRIA¹

Decio Ferreira Forni
Anderson Vinícius Romanini

RESUMO

O que tem representado o ser produtivo ao longo de toda modernidade? Essa noção, via-de-regra, sempre esteve e ainda está ligada a eventos como pontualidade e produtividade, mantendo o lucro em um capitalismo de crescimento contínuo, e em geral com retorno a poucos. O objeto de estudo, assim, é o de refletir algumas tecnopolíticas acerca das quais a pandemia vem trazendo possibilidades da desaceleração e aceleração pós-capitalista, que quebram os paradigmas da produtividade. Como objetivo principal, colocamos aqui o de visualizar, em conexão aos temas do simpósio, novos cenários pós-pandemia que possibilitem arranjos que não confrontem as possibilidades organizacionais com o respeitar a vida em geral e a humana em especial, explorando um marketing renovado. Algumas das bases teóricas retomarão o embate, em Deleuze (1990), entre Disciplina e Controle, mas que há alguns anos, junto a Guattari (2010), vê soluções no Acelerecionismo. Esta dicotomia entre ter tempo e ser, será resgatada em Heidegger (1927; 2005) indagando sobre a ligação do humano e do uso das tecnologias. Já a ameaça da perda do tempo pelo humano e da modulação serão vistos em Byung-Chul-Han (2018) e, por outro, em Hardt e Negri (2001), a compreensão inicial de tecnopolíticas como viés de enfrentamento a imperialismos. O futuro imediato proposto no artigo se coliga a práticas sustentáveis, citadas em Stiglitz e Artaxo (2020), a serem construídas em uma economia digital, via arranjos solidários (Singer, 2002) e no Demarketing em Sarkar e Kotler (2018).

PALAVRAS-CHAVE: Aceleração, Desaceleração, Economia Digital, Demarketing, Tecnopolíticas.

INTRODUÇÃO - CAPITALISMO NO SÉCULO XIX E XX E O DESENVOLVIMENTO VIA DISCIPLINA

O controle dos meios de produção e a concentração do lucro nas mãos de poucos foi a tônica do que se chama agora de capitalismo obsoleto. Em uma revisão rápida dos processos históricos ligados a este modelo econômico, considerando aqui, como uma das principais estratégias, uma visão econômica extrativista que explora recursos e os grandes

¹ Artigo apresentado ao Eixo Temático 20: Economia Colaborativa, economia do compartilhamento e novos modelos de negócios, do XIII Simpósio Nacional da ABCiber (2020). Aperfeiçoado em pesquisa pós-doutoral (2021).

grupos humanos envolvidos, os dois últimos séculos foram ímpares em disciplinar ao invés de humanizar.

Pode-se discutir a importância de se ter disciplina para qualquer atividade dar certo, mas a psicologia comportamental já explicava, nas teorias básicas de administração da era industrial, passando pelo trabalhador sub-assalariado, ao assalariado com direitos e o agora considerado trabalho precário na era digital, que é necessário motivar as pessoas sob um olhar de crescimento profissional e financeiro, tendo como seu estágio mais elevado a divisão do bem-estar.

Para compreender como estas fases de forte disciplina ocorreram, devemos considerar toda uma mistura de elementos: econômicos, culturais, sociais, que, se observados bem desde seu início, envolveu uma “lógica Darwinista” nos meios econômicos. Os mais fortes prevaleceram em algum momento, impuseram aos mais fracos ações à força, depois pelos salários, e assim começa a história da disciplina como fator-chave de domínio. Disciplina que, em muitos momentos, significou segregar, dividir em subgrupos que atuavam como máquinas nas fábricas, sem dar chance para os envolvidos qualquer espaço de participação.

Já nas instalações industriais europeias, e depois em outros centros, o ápice das mudanças começou com a desconstrução de um modelo disciplinador pela voz “indisciplinada” dos grupos de trabalhadores e, após, toda busca de direitos, percebeu-se que nada do que se impunha era de fato natural. O medo e as instituições culturais disciplinadoras foram os principais artífices para o não-solidário. Vale ressaltar que a construção do sistema de lucros e maior vantagem para seus donos envolveram também a disciplina pela ética do domínio, em que se destacaram sociedades masculinas, racialmente puras e de desrespeito a outras culturas e hábitos.

Descrevendo os ambientes das fábricas na Inglaterra e França do século XIX, a historiadora Maria Stella Bresciani (2004) definiu como título de seu livro “O Espetáculo da Pobreza”, e chama a atenção para lugares lúgubres, em que vale dizer, a exploração e a disciplina abarcavam homens, mulheres e crianças de castas pobres. Por sua vez, como foi dito ainda por esta autora, “ali rondavam o espectro das multidões incontroláveis”. Paradoxalmente, de lá para cá, muito mais se ganhou economicamente quando as pessoas passaram a ter efetiva participação e voz ativa no processo produtivo.

Atualmente, países com maiores índices de IDH possuem cultura coletiva intensa, e o ganho para uma maior parte da população, ao invés de somente para alguns poucos, é percebido



como fator que leva a outros índices positivos de segurança, melhor uso dos recursos inerentes a atividades produtivas, menor exploração dos recursos naturais, dentre outros. A mescla, em alguns destes países, entre o ganho privado e o público se destaca, e o real caráter de disciplina envolve criar uma cultura de políticas coletivas, via impostos e regras, chegando ao reinvestimento solidário em áreas como educação, saúde e cultura. A redistribuição do que era de poucos para muitos tem se mostrado competitivo.

O crescimento da economia asiática, por exemplo, também é conhecido pelos hábitos mais coletivos. O *boom* tecnológico a que chegamos trouxe à tona técnicas da chamada gestão do conhecimento, que vieram daquelas culturas empresariais em que ideias são ouvidas, processos não explícitos e a experiência profissional adquirida com o tempo são valorizados, mesmo oriundos dos que não estão no alto escalão hierárquico.

Atualmente, coincidência ou não, algumas das maiores marcas em crescimento no mundo estão lá. Claro que também pode se destacar no ocidente e na América, em especial, a habilidade de inovação de suas grandes universidades e áreas de pesquisa, porém, com cabeças de várias partes do planeta, expondo a necessidade de se quebrar códigos rígidos que valorizavam somente a cultura intelectual local, e a construção de outros mais flexíveis.

A respeito deste tempo necessário para todos nós e uma virtualização da vida que nos força a conectividade via novos sistemas de produtividade, o filósofo Bying-Chul-Han explicou recentemente a necessidade de se quebrar estes paradigmas: “É preciso revolucionar o uso do tempo, a aceleração atual diminui a capacidade de permanecer: precisamos de um tempo próprio que o sistema produtivo não nos deixa ter” (HAN, 2018).

A nosso ver, esta relação se mostrou melhor agora quando se priorizou o re-utilizar ao invés de produção contínua de produtos e serviços. Um caso deste tipo ocorreu na TV brasileira, em que se recorreu a todo estoque de conteúdos já gravados, repassados sem problema por seis meses pelo menos. Neste momento, surgem as reflexões da desaceleração necessária citada.

Estas contraposições entre acelerações e desacelerações tecnológicas retomam as percepções de Heidegger em “Ser e Tempo”, em 1927, para quem “A forma com que o Ser se insere no tempo é circunscrita pelo modo de manusear a instrumentalidade do mundo” (2015). Ou seja, ele percebia que a possível forma do humano pleitear aquele tempo seria pelo próprio viés técnico. No momento atual, destacaremos o possível uso solidário e as redes digitais.

Como cita De Genaro (2020), no início do século XXI, em tentativa pioneira de alcançar táticas e estratégias tecnopolíticas, Antonio Negri e Michael Hardt se posicionaram acerca do pensamento de acelerar o processo. Segundo eles, “o império só pode ser efetivamente contestado levando-se em conta os processos que ele oferece. Temos de aceitar o desafio e aprender a pensar e agir globalmente” (NEGRI; HARDT, 2001, p. 226-227).

LÓGICA DA CRISE

Já para o mundo do capital constante, todos os números apontam para uma crise. Quedanos PIB's dos países, desemprego em massa, aumento da necessidade de ajuda do estado. Entretanto, o fato de ter se chegado a uma grave crise de saúde e não se ter os aparatos globais mesmo com toda eficiência anterior, pouco foi questionado.

A respeito da lógica do *backup* citada acima, a quebra do paradigma de produtividade, sem a exigência do consumo constante globalmente pode abrir espaço para o não uso de recursos de forma desequilibrada, trazendo qualidade de vida para as pessoas que, sem a pressão usual, começam a buscar formas de vida mais coerentes.

Muitos achavam isto impossível, mas certas mentalidades foram forçadas a mudar para sobreviverem. É um olhar míope não ver que o des-fazer, o de-mover de ações está mostrando sua força. Sobre a questão econômica e um planeta que já não suporta mais cargas de alta produção, estudiosos do meio-ambiente e de outras ciências, como no Brasil o físico Paulo Cartaxo, dizem que o planeta não resistirá a temperaturas altas e ressaltam: “Precisamos um desenvolvimento sustentável e justo” (2020).

Vários pontos se coligam ao que economistas importantes denotam sobre um modelo neoliberal que durante esta pandemia mostrou que está desgastado. Assim explicou Stiglitz: “O crescimento é menor do que era no quarto de século após a Segunda Guerra Mundial [...]. Depois de décadas de renda estagnada, o neoliberalismo deve ser declarado morto e enterrado” (Stiglitz, apud DOWBOR, 2020). Novas métricas de crescimento e produtividade devem ser construídas.

Tecnopolíticas serão necessárias, com esforços dos governos, mas também de toda sociedade. Redistribuir será necessário e o Demarketing já vem ocorrendo para isto. Para Kotler e Sarkar (2018), o conceito que antes era de vender menos quando havia pouca oferta agora abarca uma visão de ativismo, de consumo, produção e visibilidade/lucro conscientes.

DEMARKETING E AS ORGANIZAÇÕES INDO ALÉM DO ECONÔMICO

Muitas organizações adotaram práticas do Demarketing, dando pelo menos igual enfoque aos lucros e ao problema social que está ocorrendo. Como exemplo, a Revista Forbes trouxe um *Ranking* das melhores empresas na Covid-19, em sua edição sobre um novo capitalismo. E, aqui no Brasil, a Benchmarking Brasil premia os *cases* relacionados aos objetivos do século (ODS).

No digital, entretanto, muito se tem falado do aumento de lucratividade que ampliaram a concentração de renda e diminuíram as condições de trabalho. Mas ela poderá no futuro abrigar os dois lados: emprego e uma nova produtividade. Ou seja, uma economia solidária, visualizada por Singer (2002), ganha espaço e agrega organizando forças de trabalho de vulneráveis para participar no processo produtivo.

Não é algo que surge somente de boa vontade, mas por fatores externos. Consumidores mais conscientes, investidores atentos e uma sociedade em rede que forma um julgar veloz sobre marcas são forças que levam a um Demarketing na Pós-Pandemia. Não adianta somente uma altíssima lucratividade no curto prazo e uma imagem que reduz consumidores.

Um gigante da área alimentícia, por exemplo, passou a apoiar produtores com práticas conjugadas ao reflorestamento, segundo a mídia, “R\$ 500 milhões, visando rastrear estas práticas torna-las transparentes na ponta final” (ISTO É, 2020), pois sabem que seria um contrassenso o sistema antigo. Estes fluxos de trabalho coletivo são possíveis via novas plataformas.

Já em outra área gigante de serviços, a dos aplicativos de transporte, novas empresas brasileiras como a Sity (TECNOBLOG, 2020) parecem entender também a questão de um Demarketing que age corretamente com os motoristas, incentivando-os a terem seus direitos, sabendo que isto redundará em melhor atendimento. São políticas tecnológicas de fato produtivas.

Desta forma, ainda que prepondere a lógica de lucratividade e baixa mobilização, agora, na pós-pandemia, o foco está se voltando para a qualidade de vida e entrada de lógicas de marcas que competem além do econômico, uma nova habilidade está surgindo ligada a uma educação econômica solidária, como preconizava Singer (2002) no Brasil e agora se acopla à Ciberultura.

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E NOVAS POLÍTICAS NO BRASIL

Passada boa parte da crise mais aguda de 2020 e, agora, avaliando o começo de 2021, com o horizonte das vacinas, várias políticas vêm ocorrendo de forma mais acelerada. O Brasil discute o que é desenvolvimento, considerando elementos como uma nova geopolítica global norte-americana, dependência de tecnologia de países com capitalismo de estado, bem como, críticas acirradas a posicionamentos políticos e ambientais nossos, que exigirá do Brasil uma agenda inevitavelmente cada vez mais globalizada.

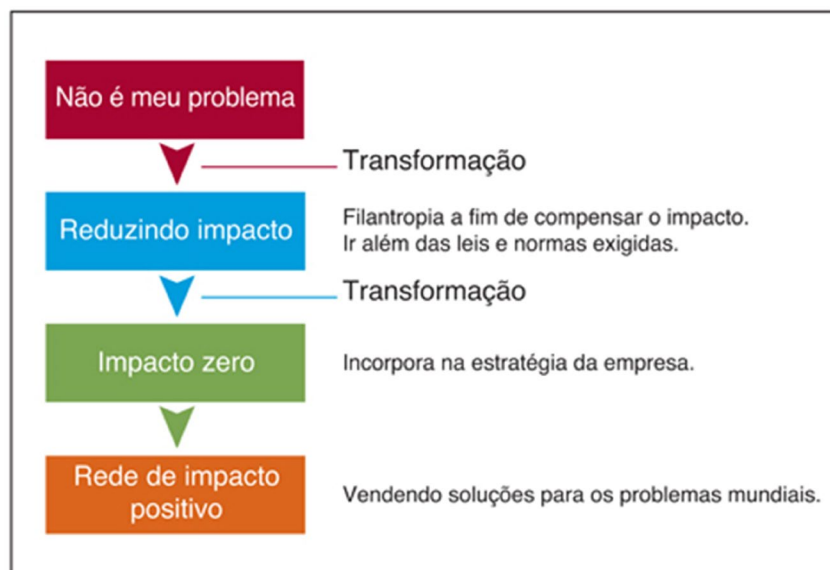
Se antes desenvolver significava somente ampliar o próprio mercado, ter o meu país exclusivamente como ganhador no processo econômico, perante outros que perdem, agora a equação exige avaliar o ganho também aos demais envolvidos. A pandemia está trazendo este olhar, com cientistas se comunicando o tempo todo pela compreensão de um vírus comum, com ecologistas debatendo sobre as mudanças do nosso clima e, como não poderia deixar de ser, com participação das organizações.

Organizações não governamentais, inclusive, ganham cada vez mais espaço, e em conjunto com empresas privadas, governos e demais entidades, trazem seu know-how que explica a evolução do próprio conceito das ações sustentáveis ao longo do capitalismo antigo.

Segundo a organização ambientalista WWF (2021), migramos de uma fase em que o “problema não é meu”, para outras fases de filantropia, agora com ações incorporadas nas estratégias das empresas, e viveremos uma onda de poder “vender soluções para os problemas mundiais”. Para eles, houve uma evolução histórica da sustentabilidade e da responsabilidade social corporativa, termo usado há alguns anos para a coligação do macro com o microambiente.

Em sua página na internet, explicando como se dá o processo na prática (2021), ilustrou através da Figura 1 abaixo, como ocorre este passo-a-passo em quatro fases:

Figura 1. Evolução Histórica da Sustentabilidade e da Responsabilidade Social Corporativa



Fonte: WWF-Brasil, 2021.

O Brasil, como ocorre em várias situações de um capitalismo tardio (JAMESON, 1991), transita em quase todas as fases ao mesmo tempo, por exemplo, neste momento foi votada no congresso e promulgada a lei de compensações financeiras por serviços ambientais, que nos traz para o 4º estágio citado acima. Mas, ao mesmo tempo, há alguns meses estamos sendo duramente criticados pelo fato do governo ter se eximido de questões climáticas, o que nos remete ao 1º estágio, do problema não ser nosso.

No meio dos dois estágios citados (1 e 4), as empresas globais vem evoluindo da responsabilidade social corporativa, que em muitos momentos foi filantrópica, para outra em que uma consciência solidária deve fazer parte dos produtos, vinculados à uma economia circular, que implica em redução de produção, reciclagem na outra ponta e redistribuição ou reinvestimento de lucros com o planeta.

No Brasil, quanto ao convívio de vários estágios ao mesmo tempo, em um documentário feito a respeito da Agricultura Sustentável, o diretor da WWF citou que “não é possível se falarem sustentabilidade quanto se usa a quantidade de agrotóxicos que se usa na lavoura aqui” (TELAVIVA, 2021). Ao mesmo tempo, sabemos que é uma cultura a se mudar. Porém, o que se quer dizer com a fala dele, com repercussão num futuro próximo, é que policiamentos através de leis regulamentares devem e serão feitos.

Na área industrial, por sua vez, paulatinamente se percebem ações importantes para menor produção de lixo, ações de educação dos clientes para uso de refis ao invés de compra de novas embalagens, bem como em pesquisas de novos materiais que são biodegradáveis. Marcas globais como o limpador Omo e a fabricante de cafés em cápsulas Nespresso têm

feito campanhas grandes de redução ou melhor uso e descarte de insumos, pois sabem que movimentam toneladas de lixo que podem ser evitados ou reaproveitados.

Por aqui, a Boticário lançou o que chamou de maior programa de reciclagem da América Latina, com uso de embalagens recicladas que construíram alguns de seus quiosques espalhados pelo país. O balanço a se fazer é de quanto isto representa frente ao impacto gerado? Em um futuro não muito longínquo, políticas de estado cobrarão isto e o consumidor também.

PÓS-CAPITALISMO E MÉTRICAS ECONÔMICAS SUSTENTÁVEIS

Uma das perguntas que leis como a recentemente implantada no Brasil de pagamento por serviços da natureza quer ver respondida é: como calcular os ganhos que o produtor consciente deverá receber por agir de forma correta?

Ao que parece, a lógica terá que ser invertida em um novo capitalismo ou alguma forma econômica que pressuponha ganho a todos. Neste momento surge novamente a indagação se de fato os principais líderes entenderam a necessidade de se abrir mão de uma visão local neste mundo pós-pandemia.

Infelizmente parece que ainda não, a lógica principal contábil, financeira e de retorno negativo ao planeta e à saúde global vem demonstrando isto. Então, o que seria inverter o pensamento de ser desenvolvido que não seja somente via lucros para alguns e perdas para outros? Todo um mercado de ações que valoram poder de vendas de produtos está preparado para isto? E pior, o mais crítico na ética atual: por que ser solidário se o outro me impõe riscos?

Com relação a algumas propostas de lógicas financeiras novas, o conceito de “*saving*” poderá abarcar boa parte das respostas. O balanço de boas práticas irá calcular o quanto se salvou de gerar danos ao ar, à água, às pessoas, às florestas, de produção de lixo, dentre vários outros danos e, a partir destes cálculos matematicamente não impossíveis de serem feitos, governos e novos arranjos deverão dar um pagamento reverso ou incentivo em troca.

Já na seara da cibercultura, foco aqui dentro do nosso tema, sob a perspectiva de uma preocupação que conecte a real inteligência digital e que traz ganhos principalmente aos mais vulneráveis, julgamos que será um grande desafio o eixo de cálculos de redução de danos no que envolve a qualidade de vida de trabalhadores, carregado de olhares históricos capitalistas, cujos objetivos são só para poucos e de curto prazo, do que para muitos e com visão de futuro.

E assim, fazendo um exercício deste eixo, algumas empresas que promovem economias solidárias através de uma valorização de toda sua cadeia de produção, bem como se engajam em projetos culturais e de educação, entre outros, reduzindo gastos para o governo no curto e no longo prazo, devem ter incentivos em contrapartida. Por sua vez, vale ressaltar que elas precisam também aperfeiçoar os modelos de redistribuição de lucros como fruto de uma visão atual mais ampla.

Apesar de parecerem questões de estado, itens como: redução de pobreza, menor violência nas ruas e melhoria do capital intelectual de um país, precisam começar a fazer parte dos negócios das empresas. As tecnopolíticas associadas poderão ajudar muito através de um governo eletrônico, no qual cálculos automatizados projetam o retorno financeiro, trazendo via aplicativos e inteligência de dados, os incentivos que cada um pode fazer jus. Mas, em essência, uma visão pós-capitalista compreenderá que o planeta ganha com isto e, por consequência, uma perenidade via consumo consciente.

OBJETIVOS DO SÉCULO E LÓGICAS DE DECRESCIMENTO E DO DEMARKETING

Os chamados Objetivos do Século (ODS's), criados pela ONU, podem vir a ser um conceito fundamental para sistemas de métricas além do econômico, no qual as novas culturas organizacionais deverão trabalhar e compor diversos quesitos do Demarketing. Mas, o que elas ganham com isto, afinal?

A competitividade atrelada ao ganho financeiro e ligada ao ser produtivo que explora os recursos em vários níveis traz riscos ao planeta. Por si só esta já é uma grande razão para repensar os modelos, afinal, a perenidade das pessoas é básica em qualquer modelo.

Muito tem se discutido sobre a mudança de sistemas locais para globalizados, que também se ampliará, onde o meio ambiente de um poderá salvar o outro. O evento pandêmico de 2020 deixou claro, de diversas formas, a ausência de um sistema de saúde que precisa ser global, e cujo evento pandêmico está ligado, segundo evidências científicas, ao uso extremo do meio ambiente pelo sistema econômico.

São questões políticas, que exigirão de governos posicionamentos corretos ou ao menos alinhados com mudanças produtivas reais. Porém, uma área que poderá fazer ações imediatas é o das organizações privadas, que, se trabalharem em conjunto com o estado, trarão menos riscos a todos e também fortalecerão suas marcas, especialmente para os novos consumidores.

Como explica Kotler (2017), viveríamos a era do Demarketing e, para que isto ocorra, a teoria clássica dos chamados “4 P’s” (Produto, Preço, Praça e Promoção) precisa ser novamente adaptada. No caso do P de Produto, como se produzir e consumir menos? Algumas marcas tem atuado para, por exemplo, vender menos novas embalagens, com sistemas de refis que funcionam bem. Marcas como Omo e empresas como a Natura atuaram recentemente nisto. O *saving* de produção de embalagens e emissão de CO2 podem ser mensurados, trazendo ganhos para as empresas e para o meio ambiente.

No caso de P de preço, ganhos oriundos do retorno de embalagens podem trazer excedentes econômicos para as empresas, com repasses para trabalhadores envolvidos no processo de reciclagem. No futuro, caso políticas sustentáveis da empresa possam ser abatidas em impostos, estas sobras financeiras (ao menos em parte) poderão ser utilizadas em reinvestimentos de inovações limpas ligadas aos ODS’s, objetivos do século da ONU. Vale ressaltar, em países com consumo mais consciente, marcas éticas podem cobrar mais e viram uma segmentação diferenciada, algo como, pagar mais para impactar negativamente menos.

Nos P’s de Praça e Promoção, ações que reduzam insumos de modo geral no ponto-de-venda serão bem vindos, bem como a redução drástica do uso de energia não renovável em toda a cadeia, gerando uma matriz limpa ou que force todos os envolvidos a isto. Atualmente, a geração de lixo associado e mau uso de recursos é grande. Também, como já citado, toda a questão de gestão de pessoas direta ou indiretamente impactam em qualidade de vida e melhor atendimento. Desta forma, a Promoção ficará muito beneficiada podendo associar todos estes ganhos à marca.

ECONOMIA DIGITAL SOLIDÁRIA

Os ganhos financeiros gerados pelo uso de melhores práticas em produtos de setores como agricultura, indústria e serviços, cada vez mais serão acessados, na ponta final, pelos consumidores. Pelo olhar do consumidor, inicialmente adquirimos bens e serviços necessários, mas a tecnologia digital e métricas sustentáveis destacarão outros ganhos.

O maior estudo global a respeito desta mudança foi entregue pela ONU agora em Dezembro de 2020, criando regras que a mídia noticiou como um IDH-verde, que atrela políticas sustentáveis não somente a índices de Desenvolvimento Humano, mas também à efetivas práticas ambientais. Em seu relatório, cita serem necessários (ONU, 2020, p.166):

1. Incrementar o preço do dióxido de carbono e reduzir os subsídios de carbono que danificam o meio ambiente;
2. Remover obstáculos regulatórios a investimentos verdes e introduzir estes

- 
- requerimentos regulatórios como uma quota mínima para os carros elétricos;
 3. Oferecer treinamento e programas de educação continuada para pessoas que perderam seus empregos ou que irão perder seus empregos;
 4. Fazer o sistema financeiro sustentável pela precificação dos riscos ambientais, atrelando-a decisões de investimentos ou de empréstimos;
 5. Aumentar a transparência corporativa em reportar seus aspectos sociais e ambientais das suas operações;

A respeito deste último item, de transparência, não é mais possível esconder fatos frente a tecnologia existente. O Brasil nos últimos anos tem vivido isto e tentou impor ao mundo dados incorretos sobre práticas de destruição da Amazônia, mas gráficos de satélites, cruzados com vários outros índices calculam e trazem em tempo real as informações.

Em um estudo que coligou áreas com queimadas no Brasil e cultivo de commodities, um mapa mostrava em tempo real a situação das queimadas aqui (AMAZONIA.ORG.BR, 2020), em uma imagem do mapa do Brasil sob o título “Alertas de incêndio entre julho e outubro de 2019”, oriundo este de um satélite da *NASA VIIRS*. Pontos vermelhos podiam ser observados por todo o país, e o estudo citava várias marcas de empresas conhecidas aqui.

São informações que ganham espaço nas redes, afetando negócios e principalmente chegam na ponta final, em decisões de investidores na bolsa atentos a estes fatores. Quanto à questão climática, um novo modelo econômico está sendo desenhado até 2030, e se o país não se adequar, chances enormes podem ser perdidas se for avaliado um mercado que pagará pelos serviços ambientais e que quer reduzir a temperatura no planeta.

O mesmo raciocínio pode e deve ser usado pelas organizações. Pois, em uma economia digital solidária, consumidores com celulares nas mãos coligados a internet poderão acessar, via sistemas do tipo *QR-Code*, dados em tempo real dos produtos e serviços e decidir pela compra ou não de algo. Isto já ocorre em mercados mais maduros e de consumidores conscientes.

O que fazer e como agir em uma situação como esta? Na lista da ONU citada, também consta o “esforço de treinamento de trabalhadores nesta pós-pandemia”, o que nos conduz a outra oportunidade nesta questão. Singer (2002) já preconizava a organização de trabalhadores em cooperativas, agora, porém, arranjos coletivos entre todas as partes podem melhorar as questões de desemprego e incentivar ações que melhorem o planeta.

Neste sentido, empresas que sejam pró ativas irão perceber a oportunidade de gerar, a partir destas ações sustentáveis, mensurações que sejam acessíveis a todos rapidamente. Isto já vem ocorrendo com produtores que rastreiam desde a fazenda produtora de determinado item

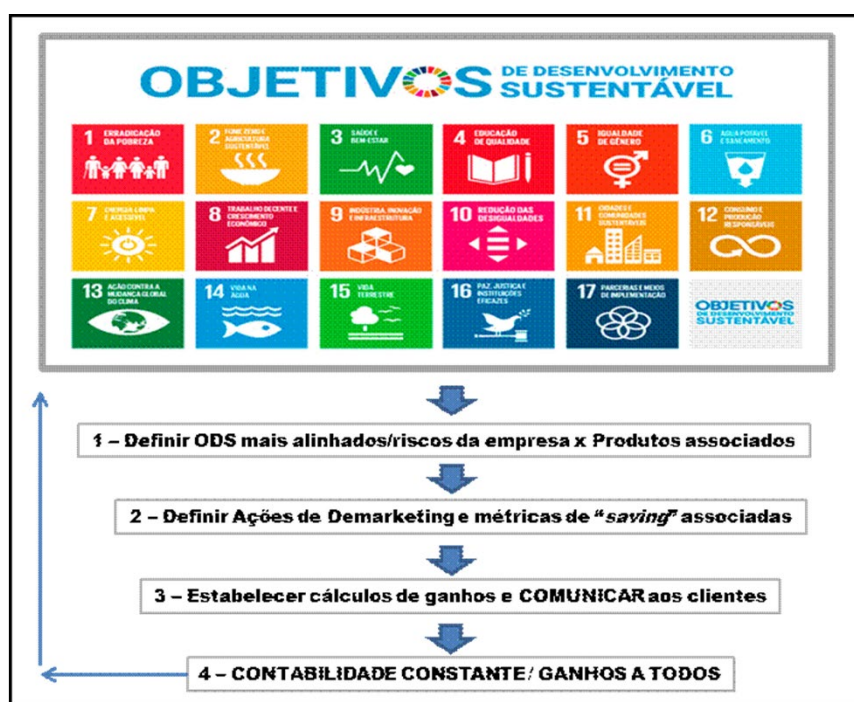
até produto na prateleira. E poderão ir além, com cálculos de redução de custos ao serviço de saúde do país pela qualidade de vida de fornecedores e funcionários, por exemplo.

O Demarketing, neste momento, explica a lógica de não esperar o problema ocorrer para agir e, sim, adiantar-se e pensar que reduções de perdas são economicamente viáveis, fazem parte de um olhar de inovação que organismos internacionais estão divulgando e que demandam esforços de processos e mudança de comportamento. Ou seja, precisarão estar atentas às demandas globais, como os ODS's – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU – por exemplo, fazer a conexão com seus produtos e alinhar práticas.

A saber, os 17 objetivos de desenvolvimento sustentável do século são:

1- Erradicação da pobreza, 2- Fome zero e agricultura sustentável, 3 – Saúde e bem-estar, 4 – Educação de Qualidade, 5 – Igualdade de gênero, 6 – Água potável e saneamento, 7 – Energia acessível e limpa, 8 – Trabalho decente e crescimento econômico, 9 – Indústria, inovação e infraestrutura, 10 – Redução das desigualdades, 11- Cidades e comunidades sustentáveis, 12 – Consumo e produção responsáveis, 13 – Ação contra a mudança global do clima, 14 – Vida na água, 15 – Vida terrestre, 16 – Paz, justiça e instituições eficazes e 17 – Parcerias e meios de implementação. (ONU, 2010)

O Gráfico 2, abaixo, explica as coligações:



Fonte: Produção Própria, consultoria Demarketing Brasil, 2021.

Em outro item citado acima, o das novas finanças, empresas terão benefícios tributários ou melhores taxas de remuneração em investimentos que, por sua vez, serão convertidos em linhas de crédito para atividades econômicas sustentáveis, bem como obterão empréstimos com taxas reduzidas para projetos de fomento à estas atividades.

Diversos bancos já estão considerando questões de sustentabilidade em seus negócios, em detrimento à negócios que visavam apenas questões especulativas. Ampliar-se-á a concorrência salutar no setor financeiro, pois Bancos que saíram na frente, já estão ganhando visibilidade positiva e mercado, deixando para trás outros que insistem em um modelo de capitalismo considerado não sustentável e ultrapassado.

Segundo o relator principal do estudo global da ONU:

Sociedades partidas estão colocando as pessoas e o planeta em rota de colisão. A próxima fronteira para o desenvolvimento humano não é escolher entre pessoas ou árvores; trata-se de reconhecer, hoje, que o progresso humano impulsionado por um crescimento desigual e intensivo em carbono acabou. Ao combater a desigualdade, capitalizando a inovação e trabalhando com a natureza, o desenvolvimento humano pode dar um passo transformacional para apoiar as sociedades e o planeta juntos”. (CONCEIÇÃO, apud Projeto Colabora, 2021).

O desenvolvimento humano, portanto, pressupõe apoiar as sociedades e o planeta juntos, como ele cita. No quesito apoiar todos os lados, este relatório reforça a necessidade do fim de uma postura ainda especulativa de parte do sistema financeiro ou que está aquém do que é necessário para fomentar o desenvolvimento humano em bases sustentáveis.

Já o “passo transformacional”, supracitado, está ligado à inovação e ao solidário em conjunto, tema de interesse deste artigo, coligado à organização da mão-de-obra através de cooperativas e atreladas a novos modelos produtivos. A visão de decrescimento, aqui, novamente pode ser resgatada, exigindo assim uma nova compreensão de índices, como o PIB e o IDH puros, para monitorar os objetivos que precisaremos perseguir nos próximos 10 anos. Não adianta economia de lucros astronômicos se não compuser com qualidade de vida em geral.

Sobre a matriz limpa na execução das atividades, está claríssimo que o uso de fontes renováveis comporá parte do coração das operações. Crescimento desigual e baseado em fósseis tem que se reinventar segundo a citação (2020). Os custos de energia, como citados em relatórios como o da ONU, também se ampliam cada vez mais, a menos que se usem fontes renováveis. No Brasil, as energias solares e eólicas estão em amplo crescimento.

Uma pequena empresa poderia inovar em uso mais limpo da operação como um todo e fazer jus a redução de impostos, a taxas de juros nos empréstimos e, principalmente, divulgação

disto a todos? Certamente, mas, atualmente, pode ser que continue a não se preocupar com nada disto e seja surpreendida por outra que o faça. Novamente, o cenário geopolítico do que estamos configurando aqui como economia digital solidária exigirá ações para a próxima década.

TECNOPOLÍTICAS E COMBATE ÀS DESIGUALDADES

Combater as desigualdades, outro item citado (CONCEIÇÃO. 2020), bem como a questão da WWF (2021) de um “estágio avançado da Responsabilidade Social Corporativa”, podendo se monetizar o conhecimento adquirido, transformam também a lógica corporativa.

Outro aspecto relevante, a lógica globalizada dos eventos de modo geral, está deixando claro o papel importantíssimo dos governos como condutores destas políticas responsáveis. Políticas públicas, deve-se ressaltar, referem-se a cuidar de cada pessoa que vive no país, de forma igualitária. As políticas de saúde nesta pandemia, no Brasil, forçaram um pouco isto.

O exemplo de incentivos que chegam a todos, com monitoramento e acesso aos dados de bem-estar nacional, através de tecnologias e processos de análise de Big Data, entre outros, conduzirão ao que se entende por governar a um novo estágio. Seria uma grande utopia pensar nestas tecnopolíticas melhorando o Estado? O sistema político, no Brasil, encontra dificuldade para mudar arraigados comportamentos de defesa de determinadas classes, em detrimento a outras. Seria, então, uma mudança cultural que começaria como?

Retomando as falas de Delleuze (2010) no começo do artigo e de outros autores: processos de aceleração pós-capitalista, visando alterações de mundo, ocorrerão somente com o uso das mesmas tecnologias que levaram aos problemas. Aqui no Brasil poderia de destacar os problemas da infraestrutura básica e violência, os quais têm como causas históricas de sua manutenção, a baixa informação e a falta de monitoramentos ou provas de crimes. Agora, filmagens do celular, gravações, dentre outras possibilidades, estão disponíveis ao grande público e criam um novo fator tecnopolítico. Para muitos analistas, este novo fator foi o estopim da impactante mudança eleitoral nos EUA em 2020.

Outros dirão que somente instituições democráticas fortes garantem efetivas políticas que equilibrem o que está desigual. Mas, é certo, o início das mudanças muitas vezes se dá pela denúncia, pela contraposição de meias verdades que se quer impor e que os fatos desmascaram ou que, sem eles, nem as instituições mais estruturadas conseguem contrapor.

O Brasil, apesar de ser acusado de grande atraso em diversas questões, construiu ao longo de sua história mais moderna, um grupo de instituições que gerenciam informação que o tem blindado, ao menos parcialmente, do senso comum dos eleitores, alertando para maus

candidatos. Já na atualidade, por sua vez, surge o desafio da desinformação, usada por grupos de controle global para desconstruírem espaços democráticos. No caso específico da pandemia, de modo geral, o saber científico e as tecnopolíticas da informação estão preponderando.

Como estes fatores influenciam novas estruturas éticas das organizações empresariais? Ocorrerão interligações entre estas e os governos visando a economia solidária, que pressupõe visão do comum ao invés de somente para os mais fortes? Muito embora se citem atualmente o surgimento de Startups que formam uma elite rica, versus o aumento da pobreza, é difícil imaginar que a nova economia não estará centrada no comércio eletrônico e nestas empresas.

Assim, quanto às duas perguntas feitas, é possível acreditar que serão criadas cada vez mais novas leis que regulem as questões trabalhistas. Também que, os governos sendo criticados pelos erros cada vez mais rapidamente nas redes, empresas evitem práticas não responsáveis, evitando o mesmo problema vindo de cima. O que se espera, assim, vislumbrando o cenário descrito até 2030, é que também as riquezas das novas empresas se distribuam ou ocorram reinvestimentos de lucros em um novo capitalismo.

A era do capitalismo anterior, esquizofrênico, pressupôs também a baixa diversidade, fator de mudança este sem volta nesta próxima década, e que se coliga de certa forma às desigualdades. Neste quesito, políticas diversas de gênero, raça e econômicas expandiram e se coligaram ao digital. Quanto a isto, a propósito, o Demarketing ligado a educar todos os clientes para novos hábitos tem surgido e ajudado no início de mudanças.

Um caso interessante foi o da empresa/marca Gillette, que fez uma forte campanha para desconstruir hábitos masculinos “tóxicos”; em outras palavras, combate a práticas machistas frente a várias situações e que poderiam trazer problemas a eles num futuro próximo. Não por coincidência, concorrentes mais hábeis já haviam começado a trabalhar este ponto. Métricas ligadas a boas práticas podem ser monitoradas, calculadas, e postas ao alcance do público final, bem como agregadas aos documentos de transparência.

Ainda que as práticas do documento de Desenvolvimento Humano da ONU se refiram à esfera ambiental, outros como as ODS’s nortearão aspectos humanos e estruturais diversos, e as duas técnicas terão intersecções e serão acessíveis online. A reconstrução do novo, nesta pós-pandemia, deverá ser digital e solidário, com esforços na cibercultura, para que isto aconteça.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo tratou primeiramente dos sistemas de aceleração capitalista e como, neste cenário de pandemia da Covid-19, no Brasil, observaram-se situações novas, de trabalho, na mídia, na busca de inovação para fabricação de produtos aqui, em que desacelerações foram possíveis, trazendo evidências da possível mudança do que foi o ser produtivo secularmente.

Nas pesquisas feitas junto a autores e fontes atuais, e reflexões sobre as soluções do tipo das desacelerações, demonstrou-se que para chegarmos a reais melhorias, o movimento contrário das acelerações pós-capitalistas, com um viés solidário, serão necessárias. Vislumbra-se a mudança da visão de desenvolvimento de crescimento constante para outro de decrescimento, um alinhamento com práticas de sustentabilidade que foram escancaradas agora na pandemia.

Dentre os temas previstos neste XIII simpósio nacional da ABCiber, tais como, os da “virtualização da vida, as tecnopolíticas e a reconstrução do comum no cenário pós-pandemia”, este artigo completo propôs técnicas de Demarketing que já vem ocorrendo e que coligam a visão sustentável com práticas de governo e de empresas. Atualmente foram citados grandes estudos da ONU para isto e leis de contabilizações responsáveis globais e locais que passarão e vigorar, e que exigem visão estratégica de todos.

Interligando todos estes processos à cibercultura, há ameaças atuais de mau uso das redes, mas ao mesmo tempo, temos um Brasil mais conectado e que interage por esta nova via. O artigo descreve práticas de transparência que chegarão aos consumidores, também novas tecnopolíticas de estado que ganharam muita força durante 2020 e que podem ser adaptadas para conectar ganhos a todos, tais como ajudar os mais vulneráveis em cooperativa de trabalho e os conectar a sistemas de produção verdes e que eduquem a ponta final a um novo consumo consciente.

Desta forma, destacamos como tecnopolíticas produtivas, em uma economia digital solidária, temas deste artigo, esforços de processos e após tecnológicos. O ser produtivo não é mais aquele a quem são impostas regras de um capitalismo obsoleto e que também agrediu o planeta por séculos. De Heidegger a Chu Han, abordados aqui, também por Delleuze e Guattari e os economistas e ambientalistas e cientistas descritos, fica claro que precisamos de uma nova economia em que se respeitem todos os envolvidos. Dados para coibir erros estarão em rede.

Que a reconstrução da do comum no cenário pós-pandemia ocorra através da observação das lições que estamos tirando desta experiência e que usemos nossa capacidade técnica de

forma inteligente, e isto significa, como se demonstrou, que somos parte do planeta e não donos dele.

REFERÊNCIAS

AMAZONIA.ORG. **Pesquisa associa frigoríficos e produtores de soja a queimadas na Amazônia.** Disponível em < <https://amazonia.org.br/2020/06/pesquisa-associa-frigorificos-e-produtores-de-soja-a-queimadas-na-amazonia/>>. Acesso em: 29/01/2021.

BRESCIANI, M.S.M. **Londres e Paris no século XIX: O espetáculo da pobreza.** São Paulo: Brasiliense, 2004.

CARTAXO, P. **Precisamos de um desenvolvimento sustentável e mais justo.**

Disponível em: < <http://portal.sbpcnet.org.br/noticias/precisamos-de-um-desenvolvimento-sustentavel-e-mais-justo-afirma-paulo-artaxo/>>. Acesso em: 14.11.2020.

DELEUZE, G. *Pourparlers*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1990.

_____; GUATTARI, F. **Anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia.** São Paulo: Ed. 34, 2010.

DE GENARO, E. **Escatologias tecnopolíticas contemporâneas.** Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/images/stories/cadernos/ideias/297cadernosihuideias.pdf>. Acesso em: 14.11.2020.

DOWBOR, S. A economia des governada. Disponível em: <https://www.comciencia.br/a-economia-desgovernada-por-ladislau-dowbor/> Acesso em: 14.11.2020.

HAN, B.C. **Hoje o indivíduo se explora e acredita que isso é realização.** Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/07/cultura/1517989873_086219.html. Acesso em: 14.11.2020.

HEIDEGGER, M. **Ser e Tempo.** Petrópolis: Vozes, 2015.

ISTO É DINHEIRO. **O olho da marfrig engorda a floresta.** Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/o-olho-da-marfrig-engorda-a-floresta/>> Acesso em: 14.11.2020.

JAMESON, F. *Postmodernism – or, the cultural logic of the late capitalism.* Grã-Bretanha: Verso Books, 1991.

KOTLER, P. ; SARKAR, C. **Branding Activism.** USA: IDEA BITE PRESS, 2018.

KOTLER, P. (2017) *Welcome to the age of Demarketing.* USA: Marketing Journal. Disponível em: <<https://www.marketingjournal.org/welcome-to-the-age-of-demarketing-an-excerpt-from-philip-kotlers-autobiography-philip-kotler/>>. Acessado em: 01/06/2020.

NEGRI, A.; HARDT, M. *Império.* Rio de Janeiro: Record, 2001.

ONU. *Human Development Report 2020. The next frontier, Human development and the Anthropocene*. New York: UNDP Press, 2020.

PROJETO COLABORA. **ONU cria IDH que considera emissões e pegada ambiental**. Disponível em: <<https://projetocolabora.com.br/ods13/onu-cria-idh-que-considera-emissoes-e-pegada-ambiental/>>. Acesso em: 29.01.2021.

SINGER, P. **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

TECNOBLOG. **Sity, concorrente brasileiro da Uber, chega a mais cidades**. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/343431/sity-concorrente-brasileiro-da-uber-chega-a-mais-cidades/>> Acesso em: 14.11.2020.

TELAVIVA. **TV Cultura exibe documentário campo e sustentabilidade, equilíbrio possível ou utopia**. Disponível em: <https://telaviva.com.br/20/01/2021/tv-cultura-exibe-documentario-campo-e-sustentabilidade-equilibrio-possivel-ou-utopia/>. Acesso em: 29/01/2021.

WWF. **Da teoria à prática**. Disponível em: <https://www.wwf.org.br/participe/porque_participar/sustentabilidade/> Acesso em: 29.01.2021.