

Apresentação

Evento “Ecologias Digitais do Sul”: novas epistemologias diante da Agenda Sustentável e às formas de produzir, consumir e comunicar, com focos em demarketing e educomunicação

O termo eco, como teóricos que interligam áreas de sociologia e economia vêm explicando (Alier, 2013; Leff, 2021; Morin, 2001;), advém do grego *oikos*, ou a casa comum, e assim teríamos, com *logos*, os estudos (sistêmicos) da casa terrestre comum. Assim, desde que publicamos sobre Ecologias Digitais na *Extraprensa*, em 2018, já pensávamos em seu uso transdisciplinar em ações que “ecologizam” temas mal compreendidos, ou que precisam ser repensados por novas fronteiras, ante os grandes desafios da existência humana na terra.

Desta forma, quais seriam as “ecologias” necessárias se partimos dos 17 desafios que a ONU elaborou, os quais entrelaçam aspectos sociais, éticos e estruturais para reverter os riscos climáticos? No projeto pós-doutoral vinculado a este evento (Forni, 2023) o viés das novas resiliências se colocaram desde o início, não na percepção de resistir a algo somente, mas de ser flexível, nesse caso criar ou discutir técnicas baseadas em novas epistemologias, pois as anteriores falharam e exigirão des-construções.

Sob o guarda-chuva do Centro de Estudos Latino Americanos em Comunicação e Cultura (Celacc), advindos também de um pensamento global renovado que percebe, há alguns anos, que se por um lado há um domínio do Norte

mostrando sua importância pela ciência e industrialização, por outro reforçou, na sua excessiva exploração dos recursos, que a outra parte do globo, ao Sul, poderá vir a cumprir seu papel sábio (sabedoria+ciência) nos processos.

Já quanto às questões digitais sugeridas, estas remetem a uma construção econômica e cognitiva que perpassa pela existência de parcela considerável do planeta, segundo a Stockholm University e seu centro de resiliência, “as mesmas tecnologias que nos trouxeram até aqui serão as que vão nos tirar deste ponto”. Acreditamos que a Cibercultura tem um papel fundamental, e tecnologias como o e-commerce, associados a aplicativos com enfoque sociais, podem por exemplo coligar pequenos negócios a consumidores conscientes.

Partindo dessas premissas, a questão do Sul Global e as novas epistemologias, reforçadas há algum tempo por Boaventura Souza Santos (2017) e aqui no Brasil com precedência nos elementos da Economia Solidária de Singer (2002), levaram o Webinar ocorrido em Junho de 2023 a dar enfoque a alguns blocos que visavam dar sustentação ao tema central “Resiliência e a construção de novos pactos de confiança no Brasil: Educomunicação, Demarketing e o ativismo de Marcas na pós-pandemia”.

O primeiro vídeo, no período da manhã, com enfoque nos temas da decolonialidade e do decrescimento tiveram a abertura do Prof. Dr. Dennis de Oliveira, coordenador científico do Celacc, e a Profa. Dra. Paola Prandini como primeira

palestrante. Esta expôs de Maputo/Moçambique sua tese de doutorado defendida na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), em que discorreu sobre as Descolonialidade(s), com a visão daquele continente e todo o cenário oriundo do escravismo que nos perpassa até hoje, e que leva teóricos latino-americanos aos temas da decolonização. Ela explicou sua tese das descoloniaticidades, em que usou a educomunicação via filmes do tema para aprofundar discussões em novas educomunidades.

Já o segundo a palestrar, o Prof. Hernani Arriscado, economista pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), que nasceu na África, depois migrou para Portugal e viveu no Brasil nos meios empresariais e acadêmicos, agregou sua visão da discussão do decrescimento direto de Lisboa. Citou que em Barcelona é conhecido o trabalho acerca do movimento *Degrow* que significa um desaquecimento efetivo das formas de produção atuais, com trabalho de fôlego na chamada Economia Ecológica. Assim, Arriscado apresentou os limites em visões sobre o chamado Demarketing, já que a economia ainda está assentada em pressupostos capitalistas clássicos, e trouxe uma série de casos sustentáveis que ocorrem hoje em Portugal, de onde proferiu sua exposição.

Na parte da tarde, em consonância ao segundo tema do título do projeto pós-doutoral, o dos Novos Pactos de Confiança, primeiro palestrou a Sra. Simone Sillotti, gestora de empresa e projeto social de agronegócios no interior de São Paulo, premiada pela marca *Faça um Bem Incrível*, demonstrando como engajamento em causas sociais que trabalham desde o

empoderamento feminino no agro até a fome zero, com doação de parte produtiva aos necessitados locais e com comunicação engajada, reforça este modelo e explicita a importância de metodologias como os Objetivos do Desenvolvimento Sustentáveis (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) atrelada aos negócios. Ela fez parte da pesquisa e teste de um aplicativo proposto no projeto Demarketing reforçando sua viabilidade em auxiliar os pequenos negócios, alinhá-los aos 17 temas dos ODS, coligando-os à educação local e com ganhos aos vulneráveis que podem trabalhar com recursos antes desperdiçados.

No segundo bloco da primeira parte da tarde, Márcio Mendes, atual diretor de marketing da Associação Brasileira de Profissionais da Sustentabilidade (Abraps) e gestor da agência Marketing Sustentável, reforçando a ideia dos Pactos de Confiança sugeridos no título do projeto, expôs a mudança pela qual o marketing passa, em que uma nova cultura de visão circular e de regeneração traz às organizações opções para novas formas de produção, de consumo e na comunicação dos resultados. O fator da governança, atualmente parte das ações denominadas ESG (Environmental, Social and Governance), requer visão de metodologias como as das empresas Certificação B.

Já na segunda parte da tarde, o tema *Educomunicação* teve ênfase a partir de trabalhos realizados no curso do Departamento de Comunicações e Artes (CCA) da ECA/USP. Primeiro, a aluna Ana Druwe em sua dissertação de mestrado com a Comunicação Ativista do Projeto *Fridays For Future* da estudante Greta Thunberg, a qual expôs como um modelo de atuação do projeto e da marca

é apropriado por diferentes estudantes e parceiros no Brasil e na América Latina. Já o estudante Henrique Inhauser expôs os resultados do seu trabalho de conclusão de curso na graduação em Educomunicação, a visão da disciplina em Laboratório de Educomunicação, exemplificando como diferentes propostas gráficas, audiovisuais e editoriais foram usadas para demonstrar a comunicação na educação.

Em sequência, como fruto de uma bolsa tutoria da disciplina Laboratório de Educomunicação, sob o âmbito do projeto pós-doutoral, alunos e alunas da graduação deste curso, envolvidos pelo pesquisador em 2023, trouxeram exemplos em suas revistas digitais (último tema do semestre, em que escolhem temas e montam o projeto) de anúncios no viés do demarketing, nas quais todos os grupos agregaram, em geral nas contracapas de suas edições, anúncios que dialogavam com temas como: Educação fora dos muros, Meio Ambiente e a Amazônia, Comportamento Feminino Empoderado, entre outras produções engajadas. A técnica de comunicação ativista ou do chamado *branding activism*, pressupõe desafiar o consumo somente daqueles que reforçam as causas. Marciel Consani, professor, coordenador do curso e do projeto contemplado com a Bolsa do Programa de Apoio Pedagógico da USP expôs ao final suas considerações, bem como da importância da licenciatura.

Ao final do evento, o prof. Dr. Vinícius Romanini expôs considerações acerca do E-book (Forni, 2023), fruto do projeto, do qual foi supervisor e que prefaciou a edição em questão. Explicou suas relações antigas em jornalismo com os temas do demarketing, também de como todas

as atividades de pesquisa foram tratadas de diversas maneiras, em especial artigos, capítulos de livro, participações em congressos nacionais e internacionais, em conjunto com os diversos laboratórios pedagógicos citados na obra por hiperlinks para os vídeos e outros materiais. O autor, Prof. Dr. Decio Ferreira Forni, agradeceu as considerações e reforçou que toda a produção daquele dia (os vídeos citados nas Referências¹), seria disponibilizada em plataforma digital, concluindo que alguns dos principais objetivos de disseminar o demarketing e de auxiliar o enorme desafio humano atual, com ganhos socioambientais via Comissão de Pesquisa (CPq) da ECA/USP, foram cumpridos e encaminhavam para artigos e produção de pares, os quais são comentados a seguir.

Artigos recebidos e aceitos neste Dossiê

O primeiro artigo “Decolonialidade e comunicação contracolonial no tempo das catástrofes”, dos autores Prof. Dr. Carlos Aguiar (UFRJ/Fapcom) e Profa. Dra. Dayana Melo (ECA/FFLCH/USP), inicia muito bem o bloco proposto dos temas da Decolonização trazida pelo evento e pelo edital deste Dossiê, uma vez que reflete sobre novas epistemologias que precisam ser reconstruídas, como em Gonzalez e teorias da América Latina. O tema do demarketing proposto pelo projeto pós-doutoral refletiu sobre

¹ Toda bibliografia e hiperlinks para diversas produções estão ao final do e-book citado, disponibilizado gratuitamente no DOI da publicação. Alguns dos vídeos elencados no e-book saíram do ar pelo término do pós-doutorado e da Conta Google vinculada à USP. Porém os quatro links referenciados foram revisados. Há algumas pequenas falhas no áudio do autor, mas no geral a dos palestrantes teve boa captação.

des-construções que partem de uma nova economia mais diversa essencialmente.

Já o segundo artigo “Racismo e sexismo nos sistemas político-midiáticos: como se constroem os lugares para as mulheres pretas nestes espaços de poder?”, da doutoranda Monique Paulla (UFF) e Dra. Carla Felix (UFRJ), trata da banalização das efetivas participações de mulheres pretas em espaços de poder, expandindo um pouco mais – na atualidade da política brasileira – exemplos da necessária busca por novos espaços, pois, nas campanhas democráticas que tragam novas lideranças e que reflitam ações diversas, em especial, é que a economia e comunicação começarão a ser alteradas.

Em “Cultura e territorialidade: novas abordagens para o entendimento do fenômeno das notícias falsas na América Latina”, de Ana Paula Lima (Mestrado USP) e Dr. Gilvan Araújo (Unesp) foi trazido o fator cibercultural, destacando-se o uso das visões latino-americanas, em Barbero, para a compreensão dos riscos que o fenômeno da desinformação ou das pós-verdades trouxeram durante o período da covid e sua repercussão até hoje. O artigo cita bons exemplos de memes, circunscreve posteriormente uma base de dados de checagem de fake news e traz reflexões no plano digital que julgamos relevantes para que mediações de maior qualidade ocorram.

Ainda no eixo das resiliências, o artigo “O clima como novo comum urbano: conforto térmico na agenda do direito à cidade”, dos autores Dra. Jaqueline Nichi (Unicamp), Dra. Caroline Fassina (Unicamp) e Marcelo Soeira (Unicamp) começa a abordar questões dos novos

pactos de confiança, explicitando a altíssima importância dos espaços físicos urbanos, a questão de uma arquitetura que dialogue de fato com a sustentabilidade. Esses novos arranjos também são propostos no artigo “Tecnologias Sociais: um novo modo de fazer e pensar é possível”, do autor Edison dos Santos (IEA/USP), que cita softwares e processos para tangibilizar táticas para a melhoria socioambiental, elemento que levou o projeto demarketing a propor o aplicativo ODS/BR, nessa mesma direção.

Este bloco ligado à construção de confiança fecha com um apanhado bibliométrico no artigo: “Humanidades Digitais nas Pesquisas da Alaic, Compós e Intercom (2019-2022)”, da autora Fernanda Sevarolli Faria (UFJF), a qual traz um aviso de que há pouca literatura sobre o tema das humanidades digitais. A pesquisa demonstra a necessidade de se evoluir nos conceitos, que permeiam toda uma transdisciplinaridade, que vemos como positiva. Participamos em evento na área de cibernética latino, sediado nos Estados Unidos, reforçando uma comunicação que pode ser potencializada pela ubiquidade e os celulares, desconstruindo o ângulo somente do controle e priorizando ganhos econômicos locais em decrescimentos, empoderamentos ou nas diversidades, entre outros.

Na educomunicação e propostas pedagógicas, o artigo “Pedagogias do Sul: contos africanos como prática educacional decolonial”, dos autores Patrick Akoa (Uneb), Antonia Oliveira (Uneb) e Larissa Farias (Uneb/Sorbone) reflete sobre técnicas novas próximas do ativismo de que tratamos, em que alunos envolvidos podem ser fundamentais para mudanças estruturais. Ainda que abordem de forma

original a importância da oralidade e dos saberes ancestrais a serem trazidos para a pedagogia, são discursos positivos que marcas engajadas conseguirão aderir de várias maneiras.

Fecha a edição o artigo “Desafios da Agenda 2030 e os 17 ODS para jornalismo e comunicação”, da autora Ivone Rocha (UFSC), com tópicos dos desafios para a comunicação, e que também temos alertado. Destacam-se as reflexões críticas que partiram de cada uns dos 17 temas, chegando em elaborações educomunicativas diversas, as quais podem ser acessadas. Vale ressaltar que diferentes organizações tendem a ser importantes para atingirem os objetivos: governos; empresas; sociedade civil; e ONGs. Vemos que somente boa

pesquisa atrelada a práticas no dia a dia, sem reducionismos por ser da área A ou B na comunicação, que manterão em pé essa importante agenda.

Obrigado a todos os pesquisadores.
Boa leitura e bom acesso aos vídeos!

Prof. Dr. Decio Ferreira Forni

Pós-Doutorado, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.
Professor e orientador em Tecnologias de Marketing pelo Centro Paula Souza/SP

Prof. Dr. Dennis de Oliveira

Editor da Extraprensa e Coordenador do Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo (Celacc/USP)

Referências

- ALIER, Joan Martínez. **Economía ecológica y política ambiental**. Barcelona: FCE, 2013.
- FORNI, Decio Ferreira. **Demarketing. Resiliência e a construção de novos pactos de confiança no Brasil**: Educomunicação, Demarketing e o ativismo de Marcas na pós-pandemia. Rio de Janeiro: e-Publicar, 2023. *E-book*. DOI: <http://dx.doi.org/10.47402/ed.ep.b202320390969>
- LEFF, Enrique. **Ecologia política**. Campinas: Editora Unicamp, 2021.
- MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- SANTOS, Boaventura Souza. **Epistemologias do Sul**. São Paulo: Cortez, 2017.
- SINGER, Paul. **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo: Perseu Abramo, 2002.
- VIDEO 1 Evento: Ecologias Digitais do Sul (Manhã). Resiliências - Decolonização e Decrescimento. [S. l.]: [s. n.], 2023. 1 vídeo (160 min). Publicado pelo canal Décio Forni. Disponível em: <https://youtu.be/RpBeUtKLk-w>. Acesso em: 17 abr. 2024.
- VIDEO 2 - Ecologias Digitais do Sul (Tarde - Parte I): Pactos de Confiança. [S. l.]: [s. n.], 2023. 1 vídeo (73 min). Publicado pelo canal Décio Forni. Disponível em: <https://youtu.be/QAA8Ph7IPu0>. Acesso em: 17 abr. 2024.
- VIDEO 3: Ecologias Digitais do Sul (Tarde-Parte II). Educomunicação – Comunicação Ativista. [S. l.]: [s. n.], 2023. 1 vídeo (114 min). Publicado pelo canal Décio Forni. Disponível em: <https://youtu.be/arQGj7l9KpI>. Acesso em: 17 abr. 2024.
- VIDEO 4: Ecologias Digitais do Sul (Noite/Parte II). E-book “Demarketing”. [S. l.]: [s. n.], 2023. 1 vídeo (44 min). Publicado pelo canal Décio Forni. Disponível em: <https://youtu.be/OxLyNOl4D-0>. Acesso em: 17 abr. 2024.