

**USO DA COMUNICAÇÃO EM MÍDIA DIGITAL COMO FERRAMENTA DE
IMPULSIONAMENTO DE EMPREENDIMENTOS DA ECONOMIA SOLIDÁRIA**

FERNANDA DE FÁTIMA SILVA

FACULDADE UNA DE CONTAGEM (FUNAC)

DANIELA VIEGAS DA COSTA-NASCIMENTO

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS (PUC MINAS)

AGNALDO ROLIM DE MOURA

USO DA COMUNICAÇÃO EM MÍDIA DIGITAL COMO FERRAMENTA DE IMPULSIONAMENTO DE EMPREENDIMENTOS DA ECONOMIA SOLIDÁRIA

Resumo: O trabalho é fruto de uma pesquisa realizada no projeto de extensão Programa de Desenvolvimento da Economia Solidária (PRODESOL) da Faculdade UNA Contagem/Minas Gerais, que tem como objetivo o desenvolvimento de empreendimentos solidários. O projeto é trabalho e forma de subsistência de empreendedores que decidiram aderir a essa nova perspectiva de desenvolvimento. Para a garantia de que se tenha visibilidade, crescimento e que o projeto encaminhe novas dimensões, realizou-se a pesquisa e mapeou-se a necessidade de inclusão desses empreendimentos na rede social Instagram, processo que se constituiu de maneira adequada às premissas do projeto. Portanto, buscou-se desenvolver práticas educativas no PRODESOL para integração ao Instagram, em fases de implantação. Foi possível notar que as práticas educativas funcionaram de maneira satisfatória e tornou-se relevante perceber que o PRODESOL inserido nas redes sociais ganhou visibilidade e potência, sendo esse modelo aplicável a qualquer rede de Economia Solidária. Pessoas do mundo todo podem ter acesso ao PRODESOL e seus propósitos, além de proporcionar a esses negócios novas parcerias, ganharem novos clientes e gerarem mais força no movimento.

Palavras-chave: economia solidária; PRODESOL; Instagram.

INTRODUÇÃO

A Economia Solidária se desenvolve em padrões de economia diferentes do sistema economicista. Nesta abordagem, os empreendedores desenvolvem seus negócios em uma perspectiva libertadora, com autogestão, solidariedade, cooperação e dimensão econômica utilizando alternativas peculiares para produzir, vender e comprar produtos que satisfaçam as necessidades humanas.

O presente trabalho é fruto de uma pesquisa realizada no projeto de extensão Programa de Desenvolvimento da Economia Solidária (PRODESOL) da Faculdade UNA Contagem/Minas Gerais, que tem como objetivo o desenvolvimento de empreendimentos solidários que tem como práxis vertentes da Economia Solidária. O PRODESOL é uma rede de empreendimentos que trabalham de forma coletiva sem exploração de terceiros, sem querer levar vantagem, sem destruir o meio ambiente, que compartilham metas e objetivos em comum. O projeto é trabalho e forma de subsistência de empreendedores que decidiram aderir a essa nova economia, sobretudo por necessidade. Além da Faculdade UNA de Contagem, instituição de ensino promotora, o projeto tem parcerias com o Fórum da ECOSOL de Contagem, a Secretaria de Desenvolvimento Social e a Prefeitura de Contagem. A cidade de Contagem faz parte da região metropolitana de Belo Horizonte, constituindo-se a terceira maior economia do estado e a segunda na geração de empregos.

O PRODESOL teve início na UNA Contagem/Minas Gerais em 2014, cujas atividades iniciais ficaram concentradas na captação de novos parceiros, assim possibilitando a participação de um número maior de empreendedores, organizações e alunos no projeto que busca promover a autonomia, proatividade e o senso crítico dos alunos gerando novos desafios e um grande aprendizado. O projeto foi desenvolvido sob bases colaborativas, podendo ser replicado com facilidade em outras cidades e universidades.

Sabendo-se da importância do PRODESOL, é necessário que a garantia de que se tenha visibilidade, crescimento e que o projeto encaminhe novas dimensões, se mantenha. Diante do recente crescimento da rede social Instagram no Brasil, e da dificuldade de públicos não habilitados ainda com a tecnologia se inserirem com segurança, qualidade e autonomia na rede, para fomento de seus empreendimentos, realizou-se uma pesquisa e mapeou-se a necessidade

de inclusão desses empreendimentos na rede social, processo que se constituiu de maneira adequada às premissas do projeto, que supra as necessidades e objetivos da rede.

O Instagram é uma rede gratuita, que oferece ferramentas de análise de crescimento, e por ser a rede que mais cresce atualmente, foi mapeada como necessária à expansão e visibilidade do PRODESOL, para que possa encontrar novas possibilidades de parcerias, novos clientes, maior visibilidade, respeito e compreensão do projeto.

A Economia Solidária (ES) tem numa de suas vertentes o resultado de um grande desequilíbrio na economia, o aumento do desemprego na sociedade, mas também se tornando base para desenvolvimentos locais, com oportunidades de desenvolvimento de cadeias de negócios, trazendo retornos significativos para melhoria de condições de vida, de empreendimentos e regiões. Esta modalidade de economia tem sido a resposta para milhares de pessoas obterem o próprio sustento, que é advindo do trabalho na maioria das vezes artesanal, como alimentos e artesanatos. Por outro lado, é possível notar que o Instagram está se tornando cada vez mais presente na vida das pessoas, e a cada dia ganhando mais espaço, influência e poder sobre a circulação de informações para a população. Observando a importância desta nova forma de trabalho e a ascensão desta rede social no século XXI, buscou-se discutir a importância de integrar o Instagram aos empreendimentos do PRODESOL, a fim de alavancar e propagar essa economia fazendo com que se torne um modelo de gestão mais inovador, sustentável e rentável.

Tendo em concepção as práticas educativas, que estão presentes na ES, que na visão de Freire (2011), é um tipo de educação popular importante, pois designa a educação feita com o povo, com as classes populares, desenvolvendo a educação libertadora, que se contrapõe à educação bancária, domesticadora, sendo uma concretização como ação cultural para a liberdade, envolvendo o processo de mobilização ou de organização popular para a luta, defesa dos direitos e reivindicação da justiça, e a partir do fenômeno digital e social chamado Instagram, faz sentido relacionar e aplicar esses conceitos na prática nos empreendimentos participantes do Prodesol. Com as mudanças geradas pelo sistema capitalista, com o alto nível de desemprego, além de outros fatores agravantes presentes no cotidiano, o mercado passa a ser encarado com outros olhos e a economia passa a ser um sistema aberto num contexto mais amplo do ecossistema social, onde o trabalho deve ser libertado da prisão salarial e passar a ser valorizado como um núcleo de desenvolvimento humano.

A Economia Solidária sendo uma nova vertente que para muitos é considerada a solução de vários desses conflitos pertinentes deve ser valorizada, compreendida e expandida, para que a sociedade consiga perceber e compreender sua real essência. E isso pode ser feito através das práticas educativas com empreendedores do Prodesol, abordando a utilização do Instagram que na contemporaneidade é um dos maiores canais de divulgação, crescimento e inovação gratuito com forma de alavancagem e difusão dos empreendimentos e da ES.

A ES observada como um meio de sobrevivência e um novo modelo de gestão em resposta às crises que afetam toda a população, é proposto um estudo da inserção do Instagram neste meio de produção, uma vez que por ser antiga, mas agora que está entrando em debate no cotidiano, precisa ser ainda mais difundida, alcançada e entendida pela sociedade, mostrando-se um modelo que possa ser autossustentável, inovador e lucrativo. A intenção é descobrir a importância do uso do Instagram, uma vez que a ES poderá ter a contribuição da ferramenta, no intuito de acompanhar tendências, tecnologia e informações. Portanto, buscou-se desenvolver práticas educativas no PRODESOL para integração do projeto ao Instagram, envolvendo as fases de estudo: a) Investigar a divulgação do PRODESOL na faculdade e se há interesse dos alunos em uma rede social do projeto; b) Tornar visível aos empreendedores a importância de inserção em uma rede social e propor um modelo de uso do aplicativo Instagram com foco na Economia Solidária através de cartilhas que serão trabalhadas como método de aprendizagem aos empreendedores da ES; c) Aplicar o modelo de uso do Instagram como apresentado na cartilha, na Economia Solidária dentro da instituição de ensino UNA Contagem.

ECONOMIA SOLIDÁRIA: ORIGENS E PERSPECTIVAS

A Economia Solidária possui seu surgimento com uma cronologia complexa, que foi sendo traçada a partir do que seriam suas supostas raízes históricas e experiências contemporâneas. Ela surge como uma alternativa de produção contrária ao modo de produção economicista, se tonando um novo viés autogestionário para os excluídos pelo processo neoliberal das últimas décadas. Neves (2009) afirma que o movimento de Economia Solidária não é recente, assim como o debate acerca do tema, em que pesquisadores não chegaram a um consenso sobre seu papel, ora defendendo ser uma alternativa de trabalho e renda e ora uma forma de produção socialista.

Para Singer, a economia solidária “nasceu pouco depois do capitalismo industrial, como reação ao espantoso empobrecimento dos artesãos provocado pela difusão das máquinas e da organização fabril da produção. A Grã-Bretanha foi a pátria da Primeira Revolução industrial”. (SINGER, 2002, p.24). Em outra visão, a Economia Solidária foi elaborada por operários, no início do capitalismo industrial, como alternativa à pobreza e ao desemprego resultante do alastramento desregulamentado das máquinas e do motor a vapor no início do século XIX (SANTOS, 2002). Para França-Filho e Laville (2004), a Economia Solidária são as “[...] iniciativas que articulam sua finalidade social e política com o desenvolvimento de atividades econômicas, introduzindo ainda a solidariedade no centro da elaboração dos seus projetos” (FRANÇA-FILHO; LAVILLE, 2004, p. 161).

Para o Ministério do Trabalho e Previdência Social

diferente do modo econômico convencional, a economia solidária utiliza alternativas diferentes de produzir, vender ou comprar os produtos que satisfaçam as necessidades do homem. Nesse modelo os donos e empregados são os próprios trabalhadores, os quais participam ativamente das tomadas de decisões, trabalho e resultados através de iniciativas organizadas em coletividade por produtores familiares, grupos de coleta e reciclagem, cooperativas de crédito, bancos comunitários, clubes de trocas, ou escritórios compartilhados (MINISTÉRIO DO TRABALHO E PREVIDÊNCIA SOCIAL, 2019).

Na ES há o conceito de rede, que se baseia em uma organização constituída de relações democráticas, com uma organização horizontalizada, participação mais equitativa, não devendo ter estruturas de poder. Para garantir a qualidade de vida, essas redes operam a fim de que as “condições ecológicas e econômicas para o exercício das liberdades de todos estejam atendidas de maneira sustentável, que os fluxos de poder [...] sejam democráticos”, e ainda defende-se que “o acesso à informação e duas diferentes interpretações e compreensões de mundo se realize sob a logística da libertação e da interculturalidade, de maneira dialógica – para que se possa viver de maneira ética, isto é, promovendo as liberdades de todos” (BOLETIM INFORMATIVO DO IMS, 2014, p. 4).

A ES vai muito além do caráter utilitarista das relações de trabalho convencionais, aproximando-se a verdadeiras famílias, marcadas por laços afetivos e envoltas em relações de proximidade que ultrapassam o universo produtivo. Quanto a sua propagação e crescimento, a ES, segundo Singer revela que “a forma mais provável de crescimento da Economia Solidária será continuar integrando mercados em que compete tanto com empresas capitalistas como com outros modos de produção, do próprio país e de outros países” (SINGER, 2002, p.120). E completa: “a Economia Solidária só se tornará uma alternativa superior ao capitalismo quando ela puder oferecer a parcelas crescentes da população oportunidades concretas de auto-sustento, usufruindo o mesmo bem-estar médio que o emprego assalariado proporciona” (SINGER, 2002, p.120), isto é, teria que atingir níveis de eficiência na produção e distribuição semelhantes aos sistemas vigentes.

Uma premissa destacada por Borinelli (2010) é o fato de que a ES dificilmente conseguirá se sobressair perante à produção capitalista caso trabalhem de forma isolada, visto que sua efetiva viabilidade acontece quando construída em redes capazes de potencializar as

ações isoladas de cada empreendimento, necessitando assim de um intercâmbio solidário e a geração de cadeias produtivas complementares, promovendo o fortalecimento da ES, além de precisarem também da ajuda de integração conjunta de diferentes atores, como governos, ONGs, sociedade civil, escolas e universidades, incubadoras, centros de pesquisa, criando-se assim um processo de desenvolvimento sinérgico e sustentável.

No que se refere às perspectivas da Economia Solidária, para Gonçalves e Sobrinho (2011), a ES nasce como alternativa superior ao capitalismo, não só em termos econômicos, mas por proporcionar às pessoas que aderiram, enquanto produtoras, poupadoras, consumidoras, uma vida melhor, que vai além do fato de consumir mais com o menor esforço produtivo, englobando condições melhores para um bom relacionamento com familiares, amigos, vizinhos e colegas e com todos os indivíduos de uma sociedade. Assegura a liberdade de escolha no trabalho e garante maior satisfação pessoal, bem como autonomia produtiva, não submissão a ordens alheias e participação nas decisões que o afetam gerando a segurança de saber que sua comunidade jamais irá o desamparar, vencendo a competição de todos contra todos predominante nas tensões do sistema capitalista de produção, assim permitindo uma nova compreensão da economia e da política, que se modificaram ao passar dos anos, dando à Economia Solidária não só o exercício político de transformação social, mas também o resgate do seu significado em termos éticos.

No Brasil, segundo Borinelli et. al. (2010) observou-se desde a década de 80 a necessidade de resposta às demandas devido ao agravamento da miséria e da degradação ambiental, porém mesmo subordinada às premissas e coordenadas da economia de mercado, diversas políticas e programas conseguiram espaços importantes dentro do Estado, como expressão de lutas e conquistas eleitorais de movimentos sociais. Em boa medida esse foi o caso da ES. Na mesma abordagem da ES no nosso país, para o M.T.E.

Para Singer (2002) se assiste no país o desabrochar da economia solidária, com um número crescente de empreendimentos solidários espalhados pelos vários municípios. Ele crê que as iniciativas da economia são uma alternativa ao desemprego e a possibilidade de promover o bem-estar social e condições dignas de vida às pessoas que as adotam. O Brasil não escapou aos acontecimentos do quadro econômico mundial, desencadeado flexibilização e precarização das relações de trabalho, variação do mercado financeiro e ampla utilização da tecnologia que transtorna as condições econômicas dos países.

A circunstância contemporânea do país é de um panorama que se repete e que pode se transpor em desigualdades sociais, desemprego e um grande número de pessoas que vivem na linha de pobreza ou abaixo dela. Nessa perspectiva, muitos estão em prol da concepção e adoção de alternativas prováveis que visam solucionar os problemas gerados pelo sistema vigente (Martins, Crucial e Araújo, 2006). Uma das alternativas apontadas é adotar a nova concepção de economia baseada na solidariedade e na colaboração humana.

MÍDIAS SOCIAIS E A ECONOMIA SOLIDÁRIA

Na era da globalização e surgimento da Internet, ergue-se um fenômeno de mídias sociais que utiliza as tecnologias da informação e da comunicação para se vincular e se auto constituir, tomando dimensões globais (SOUZA *et. al.*, 2015). Nesse sentido, para ele,

a utilização das mídias digitais e do conhecimento para uma educação transformadora, crítica, com uma concepção transdisciplinar, holística, visando o bem social, reforçando a cidadania e a democracia, é cibercidadania. A educação em rede que utilizará as mídias digitais, a TV Digital, a internet 2.0 e todos os tipos de meios que estão na teia da vida, é um dos territórios de disputa da cibercidadania. (SOUZA ET AL. 2015, p. 16).

De acordo com Souza et. al. (2015), mídias digitais podem ser computadores, telefones celulares, smartphones, compact disc, vídeos digitais, televisão digital, internet, jogos eletrônicos

e outras mídias interativas. A definição de redes sociais virtuais segundo Mazman e Usluel (2009) *apud* Souza et.al. (2015, p.113) são softwares de colaboração social, ou seja, aplicações que sustenta interesses, necessidades e objetivos comuns de mesmo ambiente de colaboração, compartilhamento, interação e comunicação. Assim sendo as redes sociais virtuais colaboram para o reconhecimento de diferentes identidades sociais, bem como mobilizam os saberes sob uma perspectiva de produção coletiva.

O momento é de transição nas tecnologias de comunicação onde redes informatizadas de hoje são embriões das possibilidades que virão. A sociedade em rede de Castells (1999) surge como fruto de três processos independentes e interligados, que são a revolução da tecnologia da informação, a crise econômica do capitalismo e sua reestruturação e o apogeu de movimentos sociais culturais. Para Souza (2015), as redes sociais utilizam a força das redes tecnológicas, de troca horizontal de informação, fortalecendo estratégias de conquista de espaço na sociedade e no mercado, sendo ferramentas, canais de comunicação, redes tecnológicas e mídias digitais, facilitando a organização e criação de movimentos sociais. É necessário “uma educação integral, holística, complexa, entendendo a educação em rede como a utilização digital da mídia, da rede, da WEB, como espaço de diálogo, de interatividade, de reelaboração das informações, transformando o conhecimento em instrumento de cidadania.” (SOUZA, 2015, p.40).

No que diz respeito ao aprendizado relacionado a redes e mídias, Freire (2011) cultivou a educação libertadora, onde o processo de ensino aprendizagem não é algo imposto, mas desenvolvido por meio de diálogo e troca de experiências entre os envolvidos no processo educacional, tendo como finalidade o indivíduo construindo seu próprio conhecimento.

Na concepção de Borzel (1997) *apud* Fleury; Ouverney (2007, p. 16) a rede social é um conjunto de relações estáveis, de natureza não hierárquica e independente, que se alia em uma variedade de atores que compartilham interesses comuns [...] e que trocam entre si recursos para seguir interesses comuns, admitindo que a cooperação é a melhor maneira de alcançar as metas comuns. Para Braz e Cardoso (2013) sobre o princípio que toda ação econômica é social, a continuidade e a perpetuação de um empreendimento solidário são viáveis meramente por meio de redes sociais geradoras de cooperação, confiança e valorização do ser humano, visto que a existência de solidariedade supõe a existência de relacionamentos pessoais recíprocos. Nesta concepção, para os autores, as redes oferecem oportunidades para as iniciativas de economia solidária através da circulação de informações sobre atividades, sobre outras organizações, contatos de pessoas, redução de custos práticos, possibilitando a troca de conteúdo de interesse comum, sendo informações, bens e serviços as redes sociais dão suporte logístico e oferecem cooperação financeira aos empreendimentos econômicos solidários através da conexão dos vários elos da cadeia produtiva.

A ação em rede passa a ser essencial para o sucesso de um empreendimento solidário, levando em conta que é uma “forma de reduzir riscos, aumentar as capacidades que as pessoas teriam se não interagisse em rede e estabelecer governanças que não sejam hierárquicas e possam realizar a gestão de redes espalhadas por diversos locais físicos” (BRAZ e CARDOSO, 2013, p.70). Além disso, para Braz e Cardoso (2013, p.74) as redes sociais por terem “o fato de ser um sistema aberto, que se autor reproduz, torna as redes sociais ferramenta essencial para que a economia solidária transforme-se em uma forma econômica autossuficiente”, sendo então fundamental aprender que as redes sociais são um processo de remodelamento da sociedade e de sua capacidade de sensibilização.

Atualmente, há uma rede social que têm se destacado, denominada Instagram, modelo abordado e utilizado no presente trabalho. De acordo com Vassalo (2012), o Instagram foi criado pelos engenheiros de programação Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, no objetivo de resgatar as câmeras fotográficas de filme com revelação instantânea, as clássicas Polaroids. Mansur (2013) afirma que o Instagram é um aplicativo gratuito para tirar fotos, selecionar filtros e compartilhar o resultado nas redes sociais, sendo possível seguir outros usuários, curtir, comentar e compartilhar as imagens postadas. O Instagram tem 800 milhões de usuários ativos

por mês, sendo 500 milhões acessando o aplicativo todos os dias. Os números foram divulgados por Everson, executiva do Facebook, em um evento de publicidade no dia 25/09/2017, em Nova York, sendo uma das maiores mídias atuais (PORTAL G1, 2017). Para Muniz e Drubscky (2017, p.5) “o Instagram é, sem dúvida, uma das redes sociais com mais potencial de investimento atual, já que a rede social cresce impressionantes 23% ao ano, mais do que o dobro de crescimento das outras redes sociais”. Ainda para as autoras Muniz e Drubscky (2017), as vantagens de utilizar o Instagram são imensas visto que a rede social é extremamente simples de usar bastando postar uma boa imagem e o conteúdo já está pronto para atingir seu público-alvo, e atingir milhões de pessoas.

Segundo Sibília (2008) a utilização de imagens no Instagram infere gerir uma sucessão de sentidos significantes, fortalece uma tendência da cibercultura que consiste na atualização eterna, sempre recente das informações. Tratando-se de Instagram, Farias (2015) apud Alves et. al. (2017, p.10) mostra que o comando hashtag “#” é usado no aplicativo com intuito de organizar os assuntos, posto em pauta onde usuários podem localizar aquele tema através da busca no aplicativo em tempo real e atualizar informações. Assim, o Instagram permite visualizar em tempo real as imagens nas redes que o usuário deseja encontrar.

A utilização do Instagram, para Alves et. al. (2017, p. 19) “tem se traduzido numa ferramenta de sucesso de interação, fidelização de clientes, e ainda na transformação de clientes em defensores”. Além disso, há uma visão de que “o Instagram surge como um aplicativo que possibilita as empresas e aos consumidores ver e serem vistos” (SAMPAIO, 2013, p.10). Sampaio (2013) revela que 71% das maiores marcas mundiais adotaram o Instagram, que atualmente rivaliza com Google e Pinterest no amparo de marcas, tornando-se a rede social que mais cresce em todo o mundo, incluindo monitoramento de hashtags de marcas, de multicontas, monitoramento competitivo. Nesse contexto, Silvia e Barros (2015) defendem que redes como o Instagram atuam como um meio de informação direcionado, integrando imagem, conteúdo e interação. “As mídias sociais são ferramentas online que possibilitam trocas de informação, estimula o consumo e produzem excedente cognitivo das pessoas. Um verdadeiro mural de lembranças, afetos, entretenimento e criatividade na internet”. (SILVIA e BARROS, 2015, p. 100).

PRÁTICAS EDUCATIVAS NO PRODESOL

O PRODESOL, por se tratar de um projeto que visa educação social através de práticas, assessorias, consultorias e capacitação na Economia Solidária, tem como práxis desenvolver o empreendedorismo, autonomia, espírito crítico e social, capacitação, treinamento, de forma gratuita tanto para alunos que participam do projeto como Alunos Consultores, e para empreendedores que participam do PRODESOL gerando trabalho e renda.

As atividades do PRODESOL são divididas em três momentos: 1. Formação: encontros semanais com duração de 3 h/a, onde são tratados temas relevantes ao empreendedorismo, com foco no empreendedorismo social (ECOSOL); 2. Assessoria: durante os semestres, alunos de diversos cursos tais como Administração, Ciências Contábeis, Psicologia, RH, Processos Gerenciais, Publicidade e Propaganda, Design Gráfico, Engenharias e outros prestam assessoria nas suas áreas afins para os empreendedores; e 3. Geração de Trabalho e Renda: para aqueles empreendedores que participam das outras duas atividades anteriores, é promovida uma feira semanal no campus da Faculdade UNA Contagem para proporcionar oportunidade de exposição e comercialização de seus produtos e geração de trabalho e renda.

Tendo em vista essa concepção, o ensino desenvolvido no PRODESOL UNA Contagem tem como base os ensinamentos e ideologia de Paulo Freire como método de aprendizagem realizado entre os alunos consultores e os empreendedores da ES. Freire (2011, p.66) afirma que “só existe saber na invenção, na reinvenção, na busca inquieta, impaciente, que os homens fazem sobre o mundo, com o mundo e com os outros. Busca esperançosa também”. Ainda nessa visão, o autor enfatiza que

ter a consciência crítica de que é preciso ser o proprietário do seu trabalho e de que ‘este constitui uma parte da pessoa humana’ e que ‘a pessoa humana não pode ser vendida nem vender-se’ é dar um passo a mais além das soluções paliativas e enganosas. É inscrever-se numa ação de verdadeira transformação da realidade para, humanizando-se humanizar os homens. (FREIRE, 2011, p.217).

Além dessas premissas, o Almanaque de Práticas Educativas em Economia Solidária cita alguns princípios da educação-formação na ES

o ponto de partida dos processos educativos/formativos é a ação solidária, compreendida como atividade humana que, contrapondo-se aos princípios da competição e do individualismo [...] tem em conta solidariedade em sua dimensão ontológica (condição humana, constitutiva da vida social), bem como as diferentes concepções e práticas de solidariedade que se manifestam nos diversos espaços/tempos históricos e, inclusive, convivem num mesmo espaço físico/ subjetivo. [...] as práticas pedagógicas propiciam a sobrevivência e a melhoria da qualidade de vida, favorecendo a construção de redes de proteção social, prezando a valorização do trabalho. [...] anunciam uma nova sociabilidade, uma nova sociedade, uma nova forma de produção de vida. Implicam a construção de novas relações entre as pessoas e, também, entre elas e a natureza. [...] como nos demais processos autogestionários de produção da vida, a educação/formação tem como perspectiva o trabalho-criação, no qual homens e mulheres têm o controle sobre todo o processo (produção, administração, beneficiamento, distribuição, troca e consumo ético/crítico/consciente dos frutos do seu trabalho). [...] fundamenta-se no exercício prático da democracia, contribuindo para que todas as pessoas envolvidas, reconhecidas como sujeitos de conhecimento, possam resgatar os sentidos do trabalho, construindo sua autonomia como atores econômicos, construtores de história e cultura, promovendo a construção coletiva de conhecimentos e de novas práticas sociais [...]. Em outras palavras, é a criação de uma nova cultura de trabalho, de novas relações econômico-sociais. (ALMANAQUE PRÁTICAS EDUCATIVAS EM ECONOMIA SOLIDÁRIA, 2012, P.57-60).

Essas práticas são recorrentes no PRODESOL, visto sua importância na ES. Ainda se tratando da metodologia de aprendizado inserida no projeto, é importante ressaltar a educação libertadora, que para Vasconcelos e Brito (2006) é um conjunto de conhecimentos que são partilhados entre pensantes que buscam significados comuns, não se omitindo a fatos, que “não passa a mão na cabeça e nem carrega no colo”, mas que conscientiza, instrumentaliza e respeita, envolvendo o educando na formação de um ser humano crítico e pensante, que intervém no mundo sentindo-se capaz de transforma-lo.

Surge a ideia de desenvolvimento integral, solidário e sustentável que pressupõe a participação ativa da sociedade organizada. É necessária a inovação social, levando em conta condições objetivas na busca de soluções para conquistar os elementos necessários para as pessoas, as famílias e a comunidade, tornando-se um desenvolvimento justo, solidário e sustentável focado nas pessoas e no seu ambiente, apoiado numa democracia participativa, também econômica, que priorize processos de inclusão solidária (DOWBOR, 2003).

METODOLOGIA

O recurso escolhido para a construção do trabalho, além da pesquisa bibliográfica, foi uma abordagem qualitativa, na qual foram levantadas informações por meio de um formulário acerca do conhecimento dos alunos sobre os empreendimentos da ES, entrevistas informais junto aos empreendedores, vivências em seminários e atividades de venda junto aos empreendedores. Além disso, a pesquisa é de caráter exploratória, que para GIL (2007) tem como objetivo propor uma maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito.

O trabalho trata-se de um estudo de caso cuja análise da situação se presume ser única em alguns aspectos e procura descobrir o que há de essencial e característico, sendo que o pesquisador não intervém no objeto estudado, mas o revela como o percebe (FONSECA, 2002). Para Marconi e Lakatos (2010, p.279), a entrevista despadronizada é “quando o entrevistador

tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada. É uma forma de poder explorar mais amplamente a questão”.

A pesquisa ocorreu de abril a junho de 2019. Os alunos entrevistados frequentam a faculdade UNA de Contagem, com uma amostra de todos os semestres e cursos, tais como administração, ciências contábeis, pedagogia, publicidade e propaganda, direito, educação física, psicologia, estética, enfermagem, engenharias, marketing, logística, processos gerenciais, sistema de informação etc. A pesquisa com os discentes contabilizou 200 entrevistados, dentro do universo de 5000 indivíduos, em média, presentes na faculdade diariamente. Os empreendedores os quais os pesquisadores mantiveram contato e participaram das vivências foram todos aqueles componentes do PRODESOL, totalizando 80 empreendimentos ativos em 2019, com mais de 300 pessoas envolvidas diretamente no programa. Visto que foi mapeado, nas vivências, que os empreendedores têm interesse na criação da ferramenta Instagram, e entendendo que o público (os alunos) são os interessados no conteúdo da mídia social, procurou-se concentrar nos relatos obtidos junto a este público, de forma a entender suas visões e expectativas quanto ao PRODESOL.

O PRODESOL tem como objetivo dar suporte e apoio para os empreendimentos desta economia diferenciada, com a ajuda dos alunos e corpo docente da faculdade. Segundo o relatório de Extensão da UNA, outro objetivo seria

contribuir com ações de caráter educativo, social, cultural, científico e tecnológico para uma relação dialógica e transformadora de conhecimentos e de experiências entre a instituição e a sociedade: é pautada nessas premissas que a UNA estabelece suas diretrizes para extensão universitária. Em articulação com políticas públicas, movimentos sociais, setores produtivos ou atendendo demandas da comunidade, as atividades de extensão norteiam-se pelo desenvolvimento de uma proposta educacional inovadora, pela formação do comportamento ético e cidadão e pela democratização da ciência, da cultura e da tecnologia (UNA, 2013).

Moura (2017) afirma que o PRODESOL desenvolve “o empreendedorismo, autonomia, espírito crítico e social nos alunos, através da apresentação e aproximação desses alunos ao cotidiano de mercado e das organizações, mostrando na prática, a aplicação de conhecimentos”. (MOURA, 2017, p. 2). Cooperação, autogestão, dimensão econômica e a solidariedade são singularidades que fazem parte da ES no projeto. Portanto, para Moura (2017) os princípios da ES do PRODESOL são a cooperação, com a existência de interesses e objetivos comuns, a união dos esforços e capacidades, a propriedade coletiva de bens, a partilha dos resultados e a responsabilidade solidária; a autogestão: os/as participantes exercitam as práticas participativas nos processos de trabalho, das definições estratégicas e cotidianas dos empreendimentos, da direção e coordenação das ações; a dimensão econômica, que é uma das bases de motivação da agregação de esforços e recursos pessoais e de outras organizações para produção, beneficiamento, crédito, comercialização e consumo; a solidariedade, expressa na justa distribuição dos resultados alcançados; nas oportunidades que levam ao desenvolvimento de capacidades e da melhoria das condições de vida dos participantes; no compromisso com um meio ambiente, nas relações que se estabelecem com a comunidade local; na participação ativa nos processos de desenvolvimento sustentável de base territorial; nas relações com os outros movimentos sociais e populares de caráter emancipatório; na preocupação com o bem estar dos trabalhadores e consumidores; e no respeito aos direitos dos trabalhadores e trabalhadoras. (MOURA, 2017)

ANÁLISE DOS DADOS

Inicialmente com o formulário aplicado aos discentes, foi possível perceber uma quantidade muito pequena de pessoas que conhecem e sabem o que representa a Economia Solidária (ECOSOL), visto que 15% dos 200 entrevistados não sabem o que é Economia

Solidária. Esse movimento surgiu há algumas centenas de anos, porém, até hoje essa temática é complexa, debatida por vários estudiosos. Esse fato comprova o que Singer (2002) diz a respeito da propagação e reconhecimento dessa nova modalidade de economia da atualidade. No Brasil se assiste o desabrochar da economia solidária, com um número crescente de empreendimentos solidários, espalhados pelos vários municípios nacionais. Isso demonstra que aos poucos estão começando a vivenciar a Economia Solidária e suas vertentes. Pela visão de Martins, Crucial e Araújo (2006) na perspectiva de desemprego e desigualdade social, a população estará em prol da concepção e adoção de alternativas prováveis que visam solucionar esses problemas, adotando assim a ES como uma alternativa, fazendo com que continue se propagando gradativamente, fazendo-se reconhecida aos poucos não só por pessoas que frequentam uma instituição de ensino, mas por toda a sociedade.

Para uma análise de alunos que conhecem o PRODESOL, o programa criado na faculdade para desenvolvimento e propagação da ES, os resultados não são tão satisfatórios. Poucos estudantes, apenas 3%, tem o conhecimento do que de fato vem a ser o PRODESOL, sendo um número ainda menor daqueles que sabem o que é a ES, mesmo tendo suas vertentes difundidas no projeto. O número de alunos que tem o conhecimento dos projetos é minoritário, um problema que deve ser solucionado, pois o PRODESOL segundo Moura (2017) foi criado não só para os empreendedores, mas também para os alunos da faculdade, como um projeto de extensão que visa desenvolver o empreendedorismo, autonomia, espírito crítico e social, capacitação e treinamento de forma gratuita, sendo de suma importância e oportunidade para ambos os lados.

“Feira” é um termo popularmente usado na faculdade para se referir aos empreendimentos do PRODESOL. Esse termo faz com que os alunos identifiquem esses empreendimentos com mais facilidade, porém, sem o conhecimento de quem são aquelas pessoas, que projeto representam, porque estão ali na faculdade e se diferem das demais lanchonetes, etc. Quando se foi perguntado se os alunos sabem dessas “feiras”, de artesanato e alimentação, o resultado apontou que os alunos conhecem os empreendimentos do PRODESOL pelo termo “feira”, visto que a porcentagem aumenta notoriamente quando apenas 3% apenas dos entrevistados sabem o que é PRODESOL e sobe para 60% quando se pergunta o mesmo com a nomenclatura para “feira”. Porém, ainda torna-se preocupante o número de alunos que nunca sequer ouviram falar dos empreendimentos. É outra vertente que precisa ser resolvida para que na faculdade se tenha o entendimento do projeto e sua devida importância. Um ponto importante a se considerar é que, nenhum veículo de comunicação é utilizado para a divulgação do projeto, os alunos que têm conhecimento, souberam através de conversas com outros colegas, pela divulgação boca a boca.

Quanto à participação (pelo menos uma vez ou mais) dos alunos da faculdade no projeto em setores de alimentação e artesanato, e aos que participam ou já participaram se gostaram do conteúdo em geral, a resposta foi que 54% de alunos que já participaram pelo menos uma vez ou ainda participam da feira, todos aprovam os empreendimentos, tanto de artesanato como de alimentação, além de recomendarem o PRODESOL para amigos, para que possam conhecer e participar. Vale observar que, um negócio quando bem executado, é divulgado e passa a ser reconhecido por mais pessoas. Para este sucesso já apontado na pesquisa, os empreendimentos o conseguiram devido a forma correta de implementar as vertentes da ES nos seus negócios. Como aponta Borinelli (2010) ao enfatizar que a efetiva viabilidade dos empreendimentos acontecerá quando construída em redes capazes de potencializar as ações isoladas de cada empreendimento, necessitando assim de um intercâmbio solidário e a geração de cadeias produtivas complementares, promovendo o fortalecimento da ES, uma vez que Singer (2002), ainda sugere que esses negócios terão de alcançar níveis de eficiência na produção e distribuição de mercadorias comparáveis aos da economia capitalista e de outros modos de produção, para que possam se sobressair. Quanto aos que não participam, o fato se dá pela não divulgação de forma correta do PRODESOL dentro da universidade, o que deverá ser corrigido.

Um ponto importante foi quando se perguntou se os alunos teriam interesse de ver novidades, promoções, sorteios e curiosidades dos empreendimentos do PRODESOL pela rede social Instagram, onde a resposta foi que 94% tem interesse. A vertente mais importante da pesquisa girou em torno desta pergunta, uma vez que o objetivo do trabalho é a utilização de uma mídia que possa ser utilizada pelo PRODESOL para que se consiga uma efetiva divulgação e propagação dos ideais e importância desses negócios. O PRODESOL poderá utilizar um conjunto de técnicas, metodologias transformadoras, desenvolvidas e/ou aplicadas na interação com a população e apropriadas para ela, que representam soluções para inclusão social e melhoria das condições de vida a partir do trabalho com a mídia digital. Para que a ES se fortaleça, é preciso que novos conhecimentos sejam produzidos juntamente com as novas tecnologias, como forma de integração, aprimoramento e solução para problemas. Além disso, Mazzetto (2010) afirma que a mudança de mentalidade, a adequação tanto da tecnologia como do processo educacional para a formação dos trabalhadores, tendo em vista a possibilidade da autogestão livre da influência dos agentes externos é muito importante. Perante esses fatos, torna-se ainda mais vantajoso e eficiente criar uma rede social para esses empreendimentos quando já se sabe que os alunos esperam isso, segundo a pesquisa, onde 94% desejam ver o PRODESOL no Instagram. Já é possível prever um sucesso dentro da faculdade, e até mesmo fora, uma vez que o Instagram possibilita uma interação com pessoas de todo o mundo.

Quando se perguntou sobre a opinião dos entrevistados a respeito dos setores de alimentação e artesanato, as repostas foram satisfatórias, pois mostram que os clientes, ou seja, usuários dos empreendimentos, gostam do que consomem, destacando em suas respostas a ótima qualidade dos produtos, o preço acessível, a variedade em alguns produtos ofertados, o atendimento diferenciado e a competência dos empreendedores. Esse fato é justificado quando Gonçalves e Sobrinho (2011) relatam que esse estilo de gestão pode ser eficiente e eficaz, pois assegura a liberdade de escolha no trabalho e garante maior satisfação pessoal, bem como autonomia produtiva, não submissão a ordens alheias e participação nas decisões que o afetam gerando a segurança de saber que sua comunidade jamais irá o desamparar. Ou seja, a ideia e confiança de que os negócios são de ótima qualidade e autossuficientes, garantem aos empreendedores o sucesso para com seus clientes. O amor, carinho dedicação, importância, qualidade, são fatores que são passados e transmitidos aos clientes não só quando consomem um produto ou serviço, mas só de estarem inseridos no ambiente em que acontece o PRODESOL. Além disso, quando Moura (2017) fala das características que estão presentes nas vertentes da ES como cooperação, autogestão, dimensão econômica; e solidariedade, todos esses fatores quando bem executados pela equipe de empreendedores, fazem com que o PRODESOL aconteça da melhor maneira possível, atingindo objetivos que são iguais para todos, como satisfação do cliente e tornar o negócio mais autossustentável.

Para as perguntas abertas, as respostas tiveram 3 repetições significativas. Quando se perguntou sobre a opinião no setor de artesanato, as respostas com maior frequência foram: 1) os produtos são de qualidade, porém desatualizados; 2) os produtos não tem muita variedade; 3) é um setor interessante, com atendimento qualificado porém falta criatividade nas peças. Quanto a opinião do setor de alimentação, as respostas com mais repetição foram: 1) Comida excelente com preço acessível; 2) Bastante variedade, qualidade nos produtos e competência dos empreendedores; 3) Melhorar questão de higiene e disponibilizar um maior espaço. Quanto há sugestões do público para com o PRODESOL, curiosamente, a resposta com maior assiduidade foi a seguinte: oferecer promoções através do Instagram e oferecer show ao vivo, com talentos da faculdade.

Finalizando a análise de dados, quando foi perguntado o que os alunos esperam ver no PRODESOL, duas respostas foram encontradas: deve-se oferecer no espaço shows com música ao vivo, com alunos talentosos da faculdade que irão ajudar o movimento do PRODESOL, e, além disso, a maioria deseja realmente uma rede social para serem informados do que acontece no projeto e terem mais conhecimento sobre o PRODESOL. Fato justificado pelo fato de que as

redes sociais virtuais têm tido rápida adoção por milhões de usuários, rompendo o conceito de modismo e demonstrando que são ferramentas antigas transportadas para um cenário suportadas por tecnologias digitais, onde são cada vez mais comuns no cotidiano dos usuários como aponta Souza (2015). Diante disso, era esperado que a grande maioria teria o interesse de estar conectado ao PRODESOL no ambiente virtual. É plausível mostrar que a escolha do Instagram como a rede social mais indicada, se deve ao fato de o Instagram ter mais de 1 bilhão de usuários, com 800 milhões destes ativos por mês, e 500 milhões acessando o aplicativo todos os dias segundo Everson (2017). O Instagram é uma das redes sociais com mais potencial de investimento atual, já que a rede social cresce 23% ao ano, mais do que o dobro de crescimento das outras redes sociais, segundo Muniz e Drubscky (2017). Assim sendo, torna-se visível a eficácia desta rede social e sobretudo, a grande potência que poderá vir ser a inserção do PRODESOL no Instagram.

CONSIDERAÇÕES FINAIS/ CONTRIBUIÇÃO

Com a criação da página no Instagram para o PRODESOL, foi possível atingir os objetivos propostos no trabalho. Foi possível notar que as práticas educativas funcionaram de maneira satisfatória dentro da sala de aula quando se colocou em prática o estudo e posteriormente a criação da rede social. Tornou-se relevante perceber que a Economia Solidária inserida nas redes sociais ganha visibilidade e potência em vendas, sendo esse modelo aplicável a qualquer rede de Economia Solidária, podendo ser replicado a qualquer momento, sem custo. Pessoas do mundo todo podem ter acesso agora ao PRODESOL, saber quem são, o que fazem, quais seus propósitos, além de proporcionar a esses negócios fazerem novas parcerias, ganharem novos clientes e gerarem mais força no movimento.

Ainda abordando as práticas educativas da ES que acontecem em projetos como este, oferecendo desenvolvimento, conhecimento e capacitação aos empreendedores, foi possível desenvolver dentro da sala de aula, em coletividade, uma metodologia de estudo para que a proposta desse trabalho acontecesse de fato. O projeto contou com três fases: 1ª fase foi explicar aos empreendedores como é importante se inserir em redes sociais; 2ª fase foi a demonstração e treinamento de como funciona o Instagram; e a 3ª fase foi a efetiva criação do Instagram e suas práticas.

a) PRIMEIRA FASE

A primeira fase foi marcada pela apresentação de dados da pesquisa bibliográfica e da pesquisa realizada com os alunos da faculdade aos empreendedores. Foi de grande importância mostrar a eles como poderiam alcançar novas fronteiras através de uma rede social sem custos, que estaria ao alcance de todos. Todo esse processo, em todas as fases, foi utilizado práticas educativas que são vertentes da ES, utilizando como práxis a ideia de Freire (2011) de educação libertadora, onde o processo de ensino aprendizagem não é algo imposto, mas desenvolvido por meio de diálogo e troca de experiências entre os envolvidos no processo educacional, tendo como finalidade o indivíduo construindo seu próprio conhecimento. Pontos cruciais como enfatizar que se faz necessária a inovação social, levando em conta condições objetivas na busca de soluções para conquistar os elementos necessários para as pessoas, as famílias e a comunidade, como afirma Dowbor (2003).

Nestas condições, as redes sociais utilizam a força das redes tecnológicas, de troca horizontal de informação, fortalecendo estratégias de conquista de espaço na sociedade e no mercado, sendo ferramentas, canais de comunicação, redes tecnológicas e mídias digitais, facilitando a organização e criação de movimentos sociais. Uma educação integral, holística, complexa, entendendo a educação em rede como a utilização digital da mídia, da rede, da WEB, como espaço de diálogo, de interatividade, de reelaboração das informações, transformando o conhecimento em instrumento de cidadania como relata Souza (2015), transformando todos esses ideais em estratégias para empreendimentos solidários. Tudo isso foi possível pois

Pitaguari e Câmara (2010) já diziam que a universidade tem um papel estratégico para economia solidária com o seu potencial para desenvolver e transferir conhecimentos e tecnologias apropriadas para tais empreendimentos.

b) SEGUNDA FASE

Com a primeira fase concluída com sucesso, foi possível dar continuidade à segunda fase do projeto. Nesta fase, foi ofertado um treinamento de como funciona o Instagram, quais as suas ferramentas, como analisar os gráficos que o próprio aplicativo fornece, dentre outras práticas. Isso porque, não se faz eficaz apenas estar inserido na mídia, é preciso saber como utilizar essa mídia de forma correta para se atingir objetivo. O material utilizado para o ensino foi a cartilha produzida com todas as informações mais importantes para que os empreendedores tenham em mãos a qualquer hora e lugar, um guia prático para que tirem suas dúvidas e cometam o mínimo de erros possíveis quando utilizarem a página no Instagram.

Figura 1 – Cartilha do PRODESOL

#PRODESOLUNA

PRÁTICAS EMPREENDEDORAS
Como Impulsionar Seu Empreendimento Através Do Instagram

O Instagram é uma rede social gratuita que funciona como um meio de informação personalizada integrando imagens, conteúdos, rapidez e interação. (SILVIA & BARROS, 2015). É a mídia digital que mais cresce atualmente, sendo alvo para de empresas para divulgações de atividades. Para Alves (2017), o Instagram tem se traduzido numa ferramenta de sucesso de interação, fidelização de clientes e ainda uma transformação de clientes em defensores.

INTERAÇÃO: Comente, curta e marque as fotos que achar mais legais que descobrir e deixe que o cuidará do resto. Poste dicas do dia-a-dia que tenha relação com seu negócio, faça enquetes e descubra o que o seu público espera de você e do seu perfil, onde sua marca pode se transformar em formadora de opinião sobre aquele segmento de negócio.

FREQUÊNCIA DE USO: Você precisa ser um usuário fiel e constante da rede social para aumentar as taxas de engajamento do seu perfil. É necessário estar presente sempre, curtindo, comentando e descobrindo novas fotos e perfis para criar uma rede leal de seguidores. Afinal, quem não é visto, não é lembrado. Poste conteúdos com periodicidade, mas cuidado para não exagerar.

PREFIRA FOTOS SEM EFEITOS: Use suas fotos sem efeitos, pois assim conseguirá mais engajamento do que fotos com filtros. Isso devido a popularidade da hashtag #nofilter. Quanto mais natural e real for suas postagens, mais chances de impulsionar o perfil.

CURTA FOTOS DE OUTROS USUÁRIOS: Ao curtir fotos de outros usuários, eles começam a perceber a presença do seu perfil online, aumentando sua visibilidade e fazendo com que você ganhe mais seguidores. Além disso, fortalece sua rede e você passa a conhecer mais de assuntos de seu interesse.

una | prodesol
programa de desenvolvimento da economia solidária

Fonte: Autores, 2019.

Com a página de Instagram já em uso, foi possível analisar vários fatores que são importantes para o desenvolvimento de uma página com conteúdo que atraia os usuários da rede. Foi ensinado aos empreendedores através das práticas educativas, fatos de que como afirma Mansur (2013), o Instagram é um aplicativo gratuito para tirar fotos, selecionar filtros e compartilhar o resultado nas redes sociais, sendo possível seguir outros usuários, curtir, comentar e compartilhar as imagens postadas. Ou seja, são várias opções de interações que agora os empreendedores terão através da página no Instagram, além de contarem com mais de 1 bilhão de usuários na rede

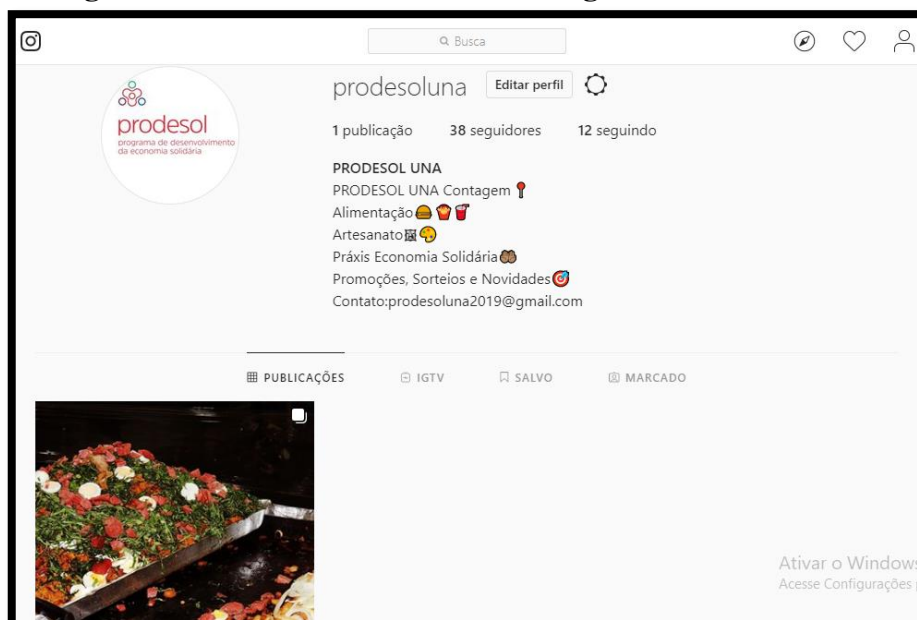
Além disso, Muniz e Drubsky (2017) falam das vantagens de utilizar o Instagram que são imensas visto que a rede social é extremamente simples de usar bastando postar uma boa imagem e o conteúdo já está pronto para atingir seu público-alvo, e atingir milhões de pessoas. Além disso, Farias (2015) (apud Alves, 2017) mostra que o comando hashtag “#” é usado no

aplicativo com intuito de organizar os assuntos, posto em pauta onde usuários podem localizar aquele tema através da busca no aplicativo em tempo real e atualizar informações. Assim, o Instagram permite visualizar em tempo real as imagens nas redes que o usuário deseja encontrar. Não bastando várias vantagens, a utilização do Instagram, para Alves et. al. (2017) tem se transformado numa ferramenta de sucesso de interação, fidelização de clientes, e ainda na transformação de clientes em defensores, que possibilita as empresas e aos consumidores ver e serem vistos, como alerta Sampaio (2013). Silvia e Barros (2015) afirmam que a rede social Instagram funciona como um meio de informação personalizada, ao integrar imagens, conteúdos, rapidez e interação. Com todas essas características e ganhos proporcionados com o uso correto da rede social, os empreendedores têm em mãos uma poderosa ferramenta para ultrapassar barreiras e limites, acompanhar tendências, tecnologia e informações, e causarem impactos positivos e significativos em seus negócios.

c) TERCEIRA FASE

Finalizando, com o sucesso e entusiasmo dos empreendedores, foi possível chegar à reta final de efetiva criação de uma página no Instagram para que possam então mostrar quem são, o que fazem, o que defendem, quais suas práticas, como podem mudar o mundo, seus produtos e serviços, como é uma produção coletiva, como lutam por objetivos em comum, etc. A princípio foi criado um e-mail para dados que são cruciais na criação de uma página no Instagram. Logo após, foi construída aos poucos a página, com fotos da logo do PRODESOL, algumas descrições de características do projeto, fotos dos empreendimentos. O interessante é que, no momento em que os alunos que tinham interesse em terem acesso a essa página do PRODESOL, começaram a fazer a divulgação em suas próprias contas do Instagram, possibilitando assim, uma propagação da página melhor do que o esperado. Com vários alunos compartilhando a página, foi possível alcançar mais usuários que tem o interesse de conhecer o PRODESOL, e outro fato analisado é que, pessoas que não frequentam a faculdade também começaram a seguir a página. Os empreendedores que agora estão praticando a como utilizar a página, estão traçando objetivos de oferecerem aos seguidores promoções, sorteios, como forma de atrair mais público e fidelizar clientes. É um verdadeiro sucesso já alcançado em tão pouco tempo. A administração da página será feita por todos os empreendedores, de forma coletiva, organizada e definida, como práxis da ES.

Figura 2 – Perfil do PRODESOL Instagram com 1 dia de uso



O presente trabalho se limita em uma análise mais profunda e crítica das mudanças promovidas no PRODESOL com a criação da página no Instagram para o projeto, visto que o tempo disponível não é suficiente para esta observação. Além disso, seria interessante analisar e comparar o trabalho com outras redes de Economia Solidária para uma melhor conclusão. Estudos futuros poderão mapear novas maneiras de captarem público, parceiros, e atingirem objetivos que sejam do interesse de todos no PRODESOL e outros empreendimentos da ES.

REFERÊNCIAS

ALMANAQUE: **Práticas educativas em economia solidária**: tecendo os fios de nosso projeto político-pedagógico/ Centro de Formação em Economia Solidária da Região Sudeste, Instituto Marista de Solidariedade. – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2012.

ALVES, Francineuma Gomes Et.al. **Instagram como ferramenta para fidelização de clientes**: Fotografia, Redes Sociais e Turismo. Marketing & Tourism Review • Belo Horizonte - MG - Brasil • v. 2, n. 2, dezembro, 2017. Disponível em <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/4562/pdf>. Acesso em 12 de abril de 2019.

BOLETIM INFORMATIVO DO IMS. **Caminhos Sustentáveis**. Ano 3 – julho de 2014. Instituto Marista de Solidariedade. Edição Especial.

BORINELLI, Benilson. **Economia solidária em Londrina aspectos conceituais e experiência institucional** / (organizador) Benilson Borinelli...[et al.] – Londrina: UEL, 2010. Disponível em: <<http://rededegestoresecosol.org.br/wp-content/uploads/2015/11/LIVRO-ECOSOL-LONDRINA.pdf>>. Acesso em 22 mar 2019.

BRAZ, C. Lucia do Rosário; CARDOSO, Onésimo Oliveira. Economia solidária e redes sociais: antigos fenômenos, novas feições. **Organizações em contexto**, São Bernardo do Campo: 2013.

CASTELLS, M. **Fim do milênio**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. v.3. São Paulo: Paz e Terra. 1999.

DOWBOR, Ladislau. **A reprodução social** – Política econômica e social: os desafios do Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

FBB. FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL. **Relatório de Atividades 2016**. Brasília: FBB, 2017b.

FRANÇA-FILHO, G. C.; LAVILLE, Jean-Louis. **Economia solidária**: uma abordagem internacional. Porto Alegre, UFRGS, 2004.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 50. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

FLEURY, S.; OUVÉNEY, A. M. **Gestão de redes**: a estratégia de regionalização da política de saúde. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GONÇALVES, T. J. T.; SOBRINHO, A. P. M. **Economia Solidária: Um Caminho Para A Geração De Renda E Inclusão Social**. Geoiंगा: Revista do Programa de Pós-Graduação em

Geografia Maringá, v. 3, n. 2.; 2011. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Geoinga/article/view/18502/0>>. Acesso em 12 de abr. 2019.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MANSUR, Monique. **O que é Instagram?**. 2013. Disponível em <<https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/07/o-que-e-Instagram.html>>. Acesso em 02 de maio de 2019.

MARTINS, C. H.; CRUCIAL, C. V.; ARAÚJO, E. J. C. **Economia e Comunhão e Economia Solidária: uma Distinção de Conceitos**. In: EnANPAD – Encontro da ANPAD, 2006, Salvador. Rio de Janeiro: 2006.

MARX, K. **A cooperação no capitalismo** (trechos selecionados). Caderno das experiências históricas da cooperação (Nº. 02). CONCRAB, 2000. Disponível em <<http://www.docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=BibliotLT&PagFis=7986>>. Acesso em 23 mar. 2019.

MAZZETTO, Terezinha Saracini Ciriello Et al. **A Economia Solidária Na Perspectiva Do Desenvolvimento Local**. Benilson Borinelli...[et al.] – Londrina: UEL, 2010.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E PREVIDÊNCIA SOCIAL. **Economia Solidária**. Disponível em: <<http://trabalho.gov.br/trabalhador-economia-solidaria>>. Acesso em: 6 abril 2019.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO – M.T.E. ECONOMIA SOLIDÁRIA. **A economia solidária**. Origens recentes da economia solidária no Brasil. 2010. Disponível em: <http://trabalho.gov.br/ecosolidaria/ecosolidaria_origem>. Acesso em: 13 de abril de 2019.

MOREIRA, Carlos Eduardo. **Emancipação**. Verbete. In:STRECK, Danilo R.; REDIN, Euclides e ZITKOSKI, Jaime José (Orgs.). Dicionário Paulo Freire. Belo Horizonte, Ed. Autêntica, 2ª. Ed., 2010.

MOURA, Agnaldo Rolim de. **A Extensão Universitária e Economia Solidária uma parceria que dá certo**. Faculdade UNA de Contagem, 2015.

MOURA, Agnaldo Rolim de. A extensão universitária como mola propulsora da economia solidária. **Anais** do Encontro Internacional e Nacional de Política Social em 5 de junho de 2017. <<http://periodicos.ufes.br/EINPS/article/view/16633/11493> > Acesso em 17 de mar. 2019.

MUNIZ, Lizandra; DRUBSCKY, Luiza. **Marketing No Instagram: O Guia Da Rock Content**. 2017. Disponível em: <<https://rockcontent.com/blog/ebook-marketing-no-instagram/>>. Acesso em 18 março de 2019.

NEVES, Ednalva Felix das. **A capacitação para a gestão de empreendimentos de economia solidária: experiências e propostas**. CAMPINAS – SP Agosto de 2009. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/286688/1/Neves_EdnalvaFelixdas_M.pdf> . Acesso em: 14 de abril de 2019.

PALUDO, Conceição. **Educação Popular**. Verbete, in: STRECK, Danilo R.; RENDIN, Euclides e ZITKOSKI, Jaime José (Orgs.). Dicionário Paulo Freire. Belo Horizonte, Ed. Autêntica, 2ª. ed., 2010.

PITAGUARI, Sinval Osorio. CÂMARA, Márcia Regina Gabardo da. **As Motivações E Desafios Para A Consolidação Da Economia Solidária**. Benilson Borinelli...[et al.] – Londrina: UEL, 2010.

PORTAL G1. **Instagram tem 800 milhões de usuários ativos por mês e 500 milhões por dia**. Disponível em < <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/instagram-tem-800-milhoes-de-usuarios-ativos-por-mes-e-500-milhoes-por-dia.ghtml>>. Acesso em 25 de abril de 2019.

RUTKOWSKI, J. E.; **Rede de Tecnologias Sociais**: pode a tecnologia proporcionar desenvolvimento social? In: LIANZA, S.; ADDOR, F (org). Tecnologia e desenvolvimento social e solidário. Porto Alegre/RS: Editora UFRGS, 2005;

SAMPAIO, Priscilla Cavalcante. **O Instagram como instrumento de marketing no meio digital para empresas de moda**: Estudo de caso das lojas Voga IL-Brand. Fortaleza, 2013.

SANTOS, B. S. (Org.). **Produzir para viver**: os caminhos da produção não capitalista. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SCHERER-WARREN. Rede sociais e de movimentos. In: FERRARO JÚNIOR, L. A. (org.) **Encontros e caminhos**: formação de educadoras(es) ambientais e coletivos educadores. Brasília DF: Ministério do Meio Ambiente - MMA, 2007.

SIBÍLIA, P. **O Show do Eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro. Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Skarllety Fernandes da; BARROS, Lênio. **Marketing digital**: o uso do Instagram na divulgação do evento O Maior São João do Mundo em Campina Grande – PB. Ano XI, n. 11. Novembro/2015. NAMID/UFPB – Disponível em <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>>. Acesso em 15 de abril de 2019.

SINGER, Paul. **Introdução à economia solidária**. 1º ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

SOUZA, Márcio Vieira de. Et. al. **Mídias Digitais, Redes Sociais E Educação Em Rede**. Experiências na pesquisa e extensão universitária. Editora Edgard Blücher Ltda. ISBN. 2015.

UNA. **Relatório de Extensão UNA**. Aimorés, 2013.

VASSALO, M. (2012). **O Fenômeno Instagram**: considerações sob a perspectiva tecnológica. Brasília-DF. Universidade de Brasília.

VASCONCELOS, Maria Lúcia M. C.; BRITO, Regina Helena P. **Conceitos de Educação em Paulo Freire**. Glossário. Petrópolis, Vozes, 2006.