

COMUNICAR A ECONOMIA SOLIDÁRIA EM MEIO À DISPUTA DE SENTIDOS: PRÁTICAS E DESAFIOS DIGITAIS NO TECSOL

YASMIN ARROYO MACHADO¹; **RENATO FABRÍCIO DE ANDRADE WALDEMARIN²**

¹*Universidade Federal de Pelotas – yayaarroyo2004@icloud.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – waldemarin@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

Comunicar os princípios da economia solidária nas redes sociais é um desafio constante, especialmente em plataformas como o Instagram, moldadas por lógicas de consumo e individualismo. Este trabalho, voltado à área da comunicação e desenvolvido no âmbito do projeto de extensão TECSOL, um núcleo interdisciplinar de tecnologias sociais e economia solidária, da Universidade Federal de Pelotas, analisa as práticas e os desafios enfrentados pelo perfil @tecsol.oficial na tentativa de divulgar ações de empreendimentos, princípios e práticas de economia solidária em um ambiente hegemonicamente capitalista.

Tendo em vista os limites e possibilidades de comunicar a economia solidária em uma plataforma digital voltada à lógica de mercado, busca-se refletir sobre as disputas de sentido presentes na comunicação digital e as estratégias utilizadas para dar visibilidade a práticas econômicas alternativas.

A fundamentação teórica se apoia nos estudos sobre economia solidária (SINGER, 2002; GAIGER, 2004), comunicação popular e contra-hegemônica (PERUZZO, 2006) e educomunicação (SOARES, 2011).

O objetivo é analisar como o TECSOL atua na comunicação digital e quais estratégias são mobilizadas para promover a economia solidária em meio à disputa simbólica das redes sociais, contribuindo para o fortalecimento da extensão universitária como espaço de transformação social.

Nesse contexto, entende-se que comunicar é mais do que informar: é disputar sentidos, narrativas e visibilidades. A presença da economia solidária nas redes não se resume à divulgação de produtos ou serviços, mas envolve a construção de uma linguagem que reflita seus valores e práticas coletivas. Essa disputa simbólica exige não apenas domínio técnico das ferramentas digitais, mas também sensibilidade política para resistir às lógicas de homogeneização e esvaziamento de conteúdo que caracterizam boa parte da comunicação nas mídias sociais.

2. METODOLOGIA

Este trabalho adota uma abordagem qualitativa, com base na análise de conteúdo das publicações realizadas no perfil @tecsol.oficial no Instagram, considerando o período de janeiro a agosto de 2025. O objetivo foi observar como os princípios da economia solidária são comunicados e de que forma os discursos visuais e textuais dialogam com a lógica da plataforma.

Foram analisados critérios como linguagem utilizada, estética visual, engajamento das postagens e estratégias de mediação com o público. Além disso, buscou-se identificar momentos em que os valores da economia solidária — como

cooperação, autogestão e sustentabilidade — foram evidenciados ou prejudicados pela lógica algorítmica da plataforma.

A análise não se limitou apenas ao desempenho das postagens, mas também considerou os bastidores do processo comunicacional. Foram observados aspectos como os critérios de escolha dos temas, os debates internos sobre linguagem e estética, e as tentativas de equilibrar fidelidade aos princípios da economia solidária com estratégias de maior alcance. Esse olhar interno permitiu revelar tensões recorrentes entre intenção política e viabilidade comunicacional no ambiente digital.

Essa metodologia permitiu articular teoria e prática, valorizando a experiência extensionista como espaço de produção de conhecimento e intervenção social. A análise foi guiada por categorias construídas com base nos referenciais teóricos do campo da comunicação popular e da economia solidária.

3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A experiência de comunicação no perfil @tecsol.oficial revela uma série de aprendizados próprios da tentativa de divulgar a economia solidária em uma rede social comercial. Ao longo dos meses analisados, foi possível perceber que conteúdos que dialogam com estéticas e linguagens mais próximas das tendências da plataforma tendem a alcançar maior engajamento, mesmo quando abordam temas críticos ao sistema dominante.

Por outro lado, postagens que apresentam um tom mais institucional ou conceitual, ainda que fundamentais para a formação política, costumam ter menor alcance e interação, o que evidencia o desafio de comunicar propostas transformadoras em meio a uma lógica algorítmica que privilegia o entretenimento e o consumo. Um alcance expressivo foi a marca de 35% do público visualizador como não seguidores, o que revelou a divulgação do perfil como sugestão para alguns usuários. Essa constatação gerou reflexões importantes dentro da equipe de comunicação do projeto, incentivando a busca por formatos híbridos que consigam transmitir os valores da economia solidária sem perder conexão com o público.

Também se observou que o envolvimento contínuo com os empreendimentos permitiu construir uma comunicação mais sensível às realidades locais, valorizando histórias, rostos e práticas que muitas vezes não encontram espaço na mídia tradicional. Esse vínculo direto contribuiu para tornar os conteúdos mais autênticos e próximos das comunidades atendidas, reforçando a função social da comunicação no contexto da extensão universitária. Nesse sentido, a comunicação popular é entendida como um processo que “favorece a expressão de sujeitos historicamente silenciados e a construção de sentidos a partir de suas próprias vivências” (PERUZZO, 2006).

Logo, a participação ativa na comunicação do TECSOL também possibilitou o desenvolvimento de habilidades práticas em produção de conteúdo, gestão de redes sociais e análise de dados, fortalecendo a formação extensionista e o vínculo entre universidade e comunidade. Além disso, o contato com os empreendimentos solidários e suas narrativas permitiu um entendimento mais profundo sobre as potencialidades e fragilidades da comunicação nesse campo.

4. CONSIDERAÇÕES

A comunicação da economia solidária em ambientes digitais como o Instagram exige criatividade, sensibilidade e estratégia. A experiência com o perfil @tecsol.oficial mostra que, embora existam limitações impostas pela lógica da plataforma, é possível construir narrativas contra-hegemônicas que fortaleçam os princípios presentes em empreendimentos de economia solidária.

As análises realizadas indicam que o desafio não está apenas em “estar” nas redes, mas em como ocupar esses espaços de maneira crítica, buscando aproximação com o público sem diluir os valores centrais da proposta solidária. O uso de linguagens visuais acessíveis, a valorização das histórias dos empreendimentos e a presença ativa da equipe de comunicação têm se mostrado caminhos potentes para ampliar o alcance e a compreensão do tema.

Neste contexto, destaca-se que a extensão universitária, ao articular teoria e prática, oferece um espaço privilegiado para experimentações comunicacionais comprometidas com a transformação social. A atuação no TECSOL reforça o papel da universidade pública como mediadora de sentidos e construtora de alternativas possíveis frente às desigualdades produzidas pela lógica dominante.

Infere-se, portanto, que essa vivência também evidencia o quanto a comunicação, quando pensada de forma coletiva e crítica, pode se tornar uma ferramenta de fortalecimento político e educativo, tanto para os empreendimentos acompanhados quanto para os estudantes envolvidos. Participar desse processo comunicacional ampliou não apenas a compreensão sobre as dinâmicas da economia solidária, mas também o entendimento do próprio fazer comunicacional como prática transformadora.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- GAIGER, L. I. Sentidos da economia solidária. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.
- MATTELART, A. História da sociedade da informação. São Paulo: Loyola, 2002.
- PERUZZO, C. M. K. Comunicação nos movimentos populares. São Paulo: Vozes, 2006.
- SILVEIRA, S. A. Plataformas digitais e novas mediações: o papel dos algoritmos na construção da realidade. Revista E-Compós, Brasília, v.23, n.1, p.1- 17, 2020.
- SINGER, P. Introdução à economia solidária. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.
- SOARES, I. O. Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação. São Paulo: Paulinas, 2011.
- PAULA APP de, CALBINO D, TOLEDO D, TARABAL F , MASCARENHAS L, BARRETO R. A (2011) Economia Solidária e a questão do Imaginário: em busca de novas perspectivas. Organ. Soc, 18(57). Disponível em : periodicos.ufba.br/index.php/revistaoes/article/view/11152