

## EDUCOMUNICAR E COMITÊ SOLIDARIEDADE: FOMENTANDO REDES DE ECONOMIA SOLIDÁRIA EM MEIO À CRISE DO COVID-19

### EDUCOMUNICAR AND SOLIDARITY COMMITTEE: PROMOTING NETWORKS OF SOLIDARY ECONOMY IN THE MIDDLE OF THE COVID-19 CRISIS

Claudia Sombrio Fronza<sup>i</sup>  
Márcia Rejane Ferreira Lacerda<sup>ii</sup>  
Valmor Schiochet<sup>iii</sup>

#### RESUMO

O projeto de extensão Educomunicar: Comunicação, Educação e Economia Solidária objetivava organizar, articular e realizar ações de educação em Economia Solidária e Comunicação Popular, utilizando-se de experiências de tecnologia social e possibilitando aos envolvidos desenvolverem habilidades de comunicação e divulgação. Com a crise gerada no Brasil pela pandemia do COVID-19, inúmeros/as trabalhadores/as dos empreendimentos econômicos que compõem a Rede de Economia Solidária do Vale do Itajaí (RESVI) tiveram suas atividades paralisadas, comprometendo a geração de renda. Nesse contexto, a RESVI e a Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP/FURB) criaram o Comitê Solidariedade – Redes de Economia Solidária como Alternativa à Crise do Covid-19, com o objetivo de organizar doações, arrecadar contribuições e fomentar a cooperação econômica através do estabelecimento de um sistema de trocas e/ou aquisição de produtos e de serviços de Empreendimentos Econômicos Solidários (EES). Para tornar isso possível, uma equipe de voluntários, extensionistas da FURB (docentes e discentes), se dispuseram a planejar, organizar e implementar diversas ações e, em conjunto com a equipe do projeto Educomunicar, através da utilização das mídias sociais Instagram e Facebook, foram arrecadados recursos que atenderam mais de 150 famílias em situação de vulnerabilidade socioeconômica. Além disso, foram estabelecidas relações de parceria com várias organizações sociais e fomentados intercâmbios econômicos associativos e colaborativos entre os Empreendimentos de Economia Solidária. Isso mostra que o uso sistemático das mídias sociais contribuiu para circular dados e informações, além de poder mobilizar e aproximar virtualmente as pessoas em prol de um objetivo comum, potencializando as ações de extensão.

**Palavras-chave: Pandemia. Economia Solidária. Comunicação. Mídias Sociais.**

<sup>i</sup>Doutora em Serviço Social – UFSC; docente do Departamento de Serviço Social da Fundação Universidade Regional de Blumenau – FURB; Blumenau, Santa Catarina, Brasil. E-mail: cfronza@furb.br

<sup>ii</sup>Especialista (MBA) em Gerenciamento de Marketing – INPG/FURB; Especialista (MBA) em Gestão Pública pelo Centro Universitário Leonardo da Vinci; Especialista em Arte e Educação pelo Centro Universitário Leonardo da Vinci; servidora técnico-administrativa da Fundação Universidade Regional de Blumenau – FURB; Blumenau, Santa Catarina, Brasil. E-mail: marcialacerda@furb.br

<sup>iii</sup>Doutor em Sociologia – UnB; docente do Departamento de Ciências Sociais e Filosofia e do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Fundação Universidade Regional de Blumenau – FURB; Blumenau, Santa Catarina, Brasil. E-mail: valmor@furb.br

## ABSTRACT

The extension project Educomunicar: Communication, Education and Solidarity Economy aimed to organize, articulate and carry out educational actions in Solidarity Economy and Popular Communication, using social technology experiences and enabling those involved to develop communication and dissemination skills. With the crisis generated in Brazil by the COVID-19 pandemic, countless workers from economic enterprises that make up the Vale do Itajaí Solidarity Economy Network (RESVI) had their activities halted, compromising income generation. In this context, RESVI and the Technological Incubator of Popular Cooperatives (ITCP/FURB) created the "Solidarity Committee – Solidarity Economy Networks as an Alternative to the Covid-19 Crisis", with the objective of organizing donations, collecting contributions and fostering cooperation economic through the establishment of a system of exchange and/or acquisition of products and services of Solidarity Economic Enterprises (EES). To make this possible, a team of volunteers, FURB extensionists (teachers and students) were willing to plan, organize and implement various actions and, together with the Educomunicar project team, through the use of social media Instagram and Facebook, they were Funds were collected that served more than 150 families in a situation of socioeconomic vulnerability. In addition, partnerships were established with various social organizations and associative and collaborative economic exchanges between the Solidarity Economy Enterprises were promoted. This shows that the systematic use of social media contributes to circulating data and information, in addition to being able to virtually mobilize and bring people together towards a common goal, enhancing extension actions.

**Keywords: Pandemic. Solidarity economy. Communication. Social Media.**

## INTRODUÇÃO

O projeto Educomunicar: Comunicação, Educação e Economia Solidária é um projeto de extensão da Fundação Universidade Regional de Blumenau (FURB) que tem como objetivos organizar, articular e realizar ações de educação em Economia Solidária e Comunicação Popular, utilizando-se de experiências de tecnologia social e possibilitando aos envolvidos desenvolverem habilidades de comunicação e divulgação em Economia Solidária. O projeto previa inicialmente oito ações socioeducativas com a finalidade de debater o que é Economia Solidária e autogestão, processo de assessoria e incubação, mercado de trabalho e marco regulatório, além de formação em mídias sociais, elaboração de planos de comunicação, elaboração de material publicitário (digital e impresso) e proposta de programa de rádio sobre Economia Solidária na Rádio Comunitária Fortaleza, todos a serem desenvolvidos durante o ano de 2020, junto aos Empreendimentos de Economia Solidária assessorados pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Fundação Universidade Regional de Blumenau (ITCP/FURB).

Porém, com a crise sanitária provocada pelo COVID-19, as atividades presenciais na FURB foram suspensas e as atividades planejadas tiveram que ser adaptadas; reuniões entre os extensionistas e o público-alvo do projeto passaram a ser realizadas por meio virtual, através das plataformas Microsoft Teams ou Google Meet; intensificou-se o uso de ferramentas de comunicação como WhatsApp e a utilização das mídias sociais Facebook e Instagram, objetivando preencher as lacunas impostas pelo isolamento social.

De acordo com Fronza, Lacerda e Schiochet (2019, p. 01), a informação é uma ferramenta importante para promoção da cidadania, essa definida como um processo em que encontram-se as redes de relações, conjuntos de práticas (sociais, econômicas, políticas e culturais), tramas de articulações que explicam e estão abertas para que se redefinem as relações de indivíduos e grupos com o Estado. O debate sobre

inclusão, participação, identidade, reconhecimento e autonomia pode ser associado à discussão de cidadania e ao acesso à direitos. O acesso à informação caracteriza-se como um direito básico e fundamental, de todo e qualquer cidadão, previsto na Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988), art. 5º, inciso XXXIII, amparado pela lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, que faz valer as seguintes diretrizes:

art. 3º: Os procedimentos previstos nesta Lei destinam-se a assegurar o direito fundamental de acesso à informação e devem ser executados em conformidade com os princípios básicos da administração pública e com as seguintes diretrizes: I - observância da publicidade como preceito geral e do sigilo como exceção; II - divulgação de informações de interesse público, independentemente de solicitações; III - utilização de meios de comunicação viabilizados pela tecnologia da informação; IV - fomento ao desenvolvimento da cultura de transparência na administração pública; V - desenvolvimento do controle social da administração pública. (LEI Nº 12.527, DE 18 DE NOVEMBRO DE 2011).

Em uma conjuntura de perda de direitos, aumento do conservadorismo e criminalização das camadas sociais mais empobrecidas, as inúmeras transformações de ordem social, econômica, política, cultural, implicam alterações no cotidiano pessoal, social e familiar, tornando-se ainda mais necessário investir na formação de cidadãos críticos e capazes de contribuir para construção de relações mais simétricas e menos injustas. Para Freire (1979, p. 16) “a primeira condição para que um ser possa assumir um ato comprometido está em ser capaz de agir e refletir”. E, de acordo com Sarmiento (1994, p. 272), a informação, em sua acepção mais ampla, a comunicação, tem uma função ideológica que permite dotar de sentido, coerência, identidade, etc., a vida dos seres humanos e suas ações, tornando-se quase um guia para a sua prática social. Na mesma direção, Gomes (2000, p. 170) ratifica a importância da democratização das informações e do saber, pois este tem sido usado como privilégio para o exercício da dominação e do poder autoritário numa sociedade como a brasileira, atravessada pela cultura da troca de favores, da subalternidade e do clientelismo.

Assim, a informação e a reflexão constituem elementos fundamentais para a obtenção de maior participação política dos cidadãos, para a mobilização e luta organizada na direção da ampliação dos direitos sociais, bem como para a efetivação daqueles já instituídos. Araújo (1992, p. 46) afirma que o direito à informação é a condição essencial para o exercício da cidadania. Nessa direção, as ações socioeducativas podem efetivamente oportunizar aos sujeitos políticos e econômicos um processo de vivência que imprime sentido e significado ao trabalho associativo, tornando-o protagonista de sua história, uma consciência crítica desalienadora, agregando força sociopolítica, geradora de novos princípios e uma nova cultura política.

De acordo com a Recomendação nº 8, de 4 de julho de 2012, elaborado na II Conferência Nacional de Economia Solidária (CONAES, 2012), as diretrizes para as políticas de formação em Economia Solidária são definidas como uma “construção social”, que envolve uma diversidade de sujeitos e ações orientados para a promoção do desenvolvimento territorial sustentável que considera as dimensões econômica, ambiental, cultural, social e política. A Economia Solidária reconhece o trabalho como princípio educativo na construção de conhecimentos e de outras relações sociais. Assim, as ações político-pedagógicas inovadoras, autogestionárias e solidárias são fundamentadas na perspectiva emancipatória de transformação dos sujeitos e da sociedade.

Conforme consta no texto de referência da III Conferência Nacional de Economia Solidária (CONAES, 2014), a formação e a assessoria técnica são processos inerentes à educação em Economia Solidária e, portanto, compartilham dessa mesma concepção. Esses processos são concebidos como práxis de apren-

dizagens coletivas, construção e partilha de saberes, reflexões e pesquisas sobre a (e a partir da) realidade dos trabalhadores e trabalhadoras da economia solidária. Entendendo práxis como a interrelação entre teoria(s) e prática(s) a partir da observação sobre a realidade, num constante movimento de reflexão e avaliação, resultando em novas ideias e ações. A formação e a assessoria técnica são processos contínuos de promoção, apoio e fomento à Economia Solidária, tanto através da apropriação/tradução de conhecimentos, como do aperfeiçoamento dos processos de autogestão no interior das unidades de produção (de bens e serviços), comercialização, consumo e finanças solidárias, bem como pela construção e fortalecimento de cadeias econômico-solidárias e redes de cooperação. As formações e assessorias envolvem a apropriação de técnicas e tecnologias sociais pelos trabalhadores e trabalhadoras da Economia Solidária e consideram o contexto específico em que se realiza o processo de produção e reprodução dos meios de vida.

A comunicação popular necessita ser vivenciada, conforme Kaplun (*apud* BESKOW; HELENE; CESTARI., 2011, p. 45). Todo comunicador popular é, antes de tudo, um educador popular, o processo de criação do meio que comunica é tão ou até mais importante que o produto final e, assim como todo educador é também um educando, o receptor é também emissor e vice-versa. A partir desse pressuposto, entende-se que todo processo de comunicação popular deve ser, a priori, educativo: a comunicação ocorre de maneira bilateral, se tornando instrumento de emancipação. O objetivo principal do comunicador popular é estimular a reflexão sobre a realidade em que vivemos, proporcionando o debate sobre a sociedade e sua estrutura, possibilitando que o meio de comunicação não seja um fim em si mesmo, mas que seu processo de produção possa ser um instrumento de organização popular.

## DESENVOLVIMENTO

Após a década de 70, do século XX, com o contexto de crise do capital e de avanço do projeto neoliberal, constata-se o desmonte do sistema de proteção social, o aumento do desemprego e da pobreza no Brasil. Essa situação, agravada pela pandemia do COVID-19<sup>1</sup>, impossibilitou que vários trabalhadores e trabalhadoras da Economia Solidária pudessem desenvolver suas atividades produtivas, por constituir-se em um modelo que privilegia interações “face a face”, ou seja, é uma economia feita de pessoas para as pessoas, que depende do encontro delas para produzir, trocar e consumir. As exigências do isolamento social como principal medida de contenção da COVID-19 interditaram as possibilidades de encontro presencial e comprometeram a continuidade desses processos socioeconômicos. Isso pode ser constatado em inúmeras situações, como no caso das atividades de reciclagem de materiais desenvolvidas pelas cooperativas e associações de catadores no Brasil. Nos processos em que a produção é familiar e autônoma, os laços interrompidos foram com o mercado, seja ele institucional, justo ou convencional. Com a suspensão das aulas escolares e outras atividades governamentais, as associações e cooperativas da agricultura familiar, assentamentos e comunidades tradicionais produtoras de alimentos não puderam comercializar seus produtos para os programas de alimentação escolar no Estado de Santa Catarina. O mesmo aconteceu com o fechamento dos espaços fixos de comercialização e as feiras. Também temos a situação da cultura, que ficou impossibilitada de realizar atividades e apresentações públicas. Enfim, o distanciamento provocou a interrupção dos fluxos da Economia Solidária e fez com que trabalhadores e trabalhadoras passassem a depender de outras fontes de renda, a exemplo do auxílio emergencial (SCHIOCHET, 2020).

Diante dessa situação, da necessidade eminente que os trabalhadores e trabalhadoras da Economia Solidária estavam enfrentando, pensou-se em uma alternativa que pudesse auxiliar essas pessoas. A partir

<sup>1</sup>Cabe mencionar que, para além das dificuldades enfrentadas em decorrência da pandemia, a região do Vale do Itajaí foi atingida por um Ciclone “Bomba”, com forte poder de destruição, em 30 de junho de 2020. Muitas famílias da Economia Solidária foram afetadas com queda de árvores, destelhamentos e prejuízos nas estruturas residenciais.

de uma reunião preliminar com docentes e representantes dos Empreendimentos Econômicos Solidários de Blumenau (SC) e região foi sugerida a criação de um Comitê, que ajudaria as famílias em situação de vulnerabilidade econômica e social: o Comitê Solidariedade.

O Comitê organizou-se através de reuniões *on-line* com uma rede de voluntários formada por discentes, docentes e técnico-administrativos da FURB, representantes dos Empreendimentos Econômicos Solidários, organizações da sociedade civil e comunidade em geral. Em 20 de maio de 2020 aconteceu a primeira reunião, em que deliberou-se pela criação do Comitê e definiu-se o público-alvo das ações: comunidade local na abrangência da Rede de Economia Solidária do Vale do Itajaí (RESVI) e famílias em situação de vulnerabilidade econômica e social – e o que seria arrecadado: doações financeiras para viabilizar a aquisição de produtos dos EES/RESVI, além de doações de alimentos não perecíveis, material de higiene e limpeza e roupas.

Os voluntários não pertencentes aos grupos considerados de risco à contaminação pelo COVID-19 se dispuseram a: organização das ações de mobilização; sensibilização; divulgação; articulação; estudo do contexto social, econômico e cultural; planejamento e gestão das doações, aquisições e distribuição.

Considerando a necessidade de manter o isolamento social, ao longo dos meses criou-se uma logística de busca e entrega de doações diretamente nas residências, empresas e empreendimentos que solicitassem através dos contatos divulgados. As demandas dos empreendimentos foram registradas em uma planilha compartilhada entre os voluntários e as prioridades de atendimento deliberadas em reuniões *on-line* do Comitê.

O Centro Público Vitrine de Economia Solidária, localizado no município de Blumenau e fechado desde março/2020 em virtude da pandemia, serviu como local de armazenamento e recebimento das doações. Para trabalhar no local, organizou-se uma escala entre os voluntários. Para recebimento das doações financeiras foi criada conta corrente em uma Cooperativa de Crédito.

## ATUAÇÃO DO PROJETO EDUCOMUNICAR

Após a definição das ações do Comitê Solidariedade, o Projeto Educomunicar foi o responsável por realizar a sensibilização e a mobilização para que os recursos necessários pudessem ser arrecadados, utilizando as mídias sociais não só como meio de atingir os objetivos do Comitê, mas também colocando-as como as grandes protagonistas do processo.

Andreas Kaplan e Michael Haenlein (2010) definem mídias sociais como sendo “um grupo de aplicações baseadas na Web que representam as fundações tecnológicas e ideológicas da Web 2.0, permitindo a criação e compartilhamento de conteúdo gerado pelo usuário”. Assim, pode-se dizer que as mídias sociais permitem aos seus usuários, além da possibilidade de interação, a criação de conexões com outros usuários que tenham objetivos semelhantes, construindo redes de informação e troca de experiências. Essa prática resulta em conexões entre indivíduos que, em outros contextos sociais de interação mediada, possivelmente não seriam realizadas.

Diante disso, definiu-se que a estratégia de divulgação do Comitê Solidariedade aconteceria através das mídias sociais Facebook e Instagram e do aplicativo de comunicação WhatsApp, além do envio de *releases* para sites e jornais locais.



Para a criação das páginas no Facebook e Instagram, primeiramente criou-se coletivamente uma identidade visual para o Comitê:



**Figura 1 – Identidade Visual Comitê Solidariedade**

Fonte: Projeto Educomunicar e Comitê Solidariedade (2020)



**Figura 2 – Aplicação Identidade Visual do Comitê Solidariedade: cabeçalho para Facebook**

Fonte: Projeto Educomunicar e Comitê Solidariedade (2020)

A partir do dia 25 de maio de 2020 até 20 de agosto de 2020, quando se deliberou pelo encerramento das atividades do Comitê, em virtude da retomada das atividades no Centro Público Vitrine de Economia Solidária, foram realizadas 77 publicações no Facebook, com 203 seguidores e 61 compartilhamentos realizados. Obteve-se uma média de 108 pessoas alcançadas por publicação, sendo que apenas uma publicação alcançou 1.216 pessoas. O número de reações, comentários, compartilhamentos e cliques (engajamento) nesse período foi em média de 13 por publicação, sendo que em uma postagem houve o engajamento de 72 pessoas. A postagem que mais obteve alcance e engajamento foi a que solicitava a colaboração com R\$ 50,00 para a aquisição de cestas com produtos agroecológicos, que seriam doadas a pessoas em situação de vulnerabilidade social e econômica:



**Figura 3 – Postagem do Comitê Solidiedade no Facebook com maior alcance e engajamento**

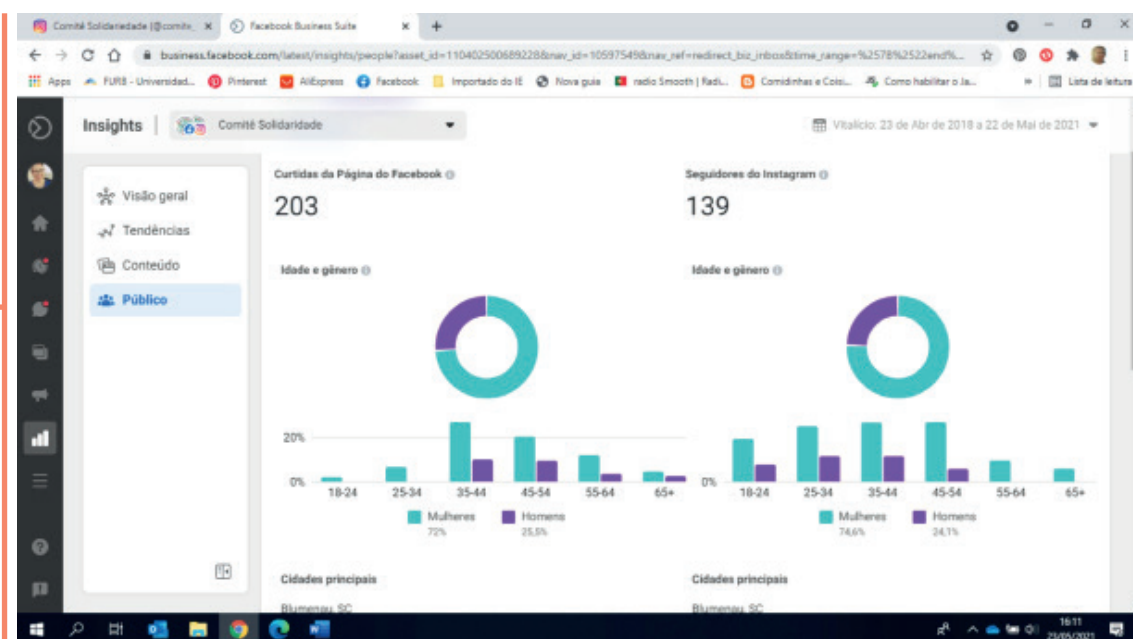
Fonte: Projeto Educomunicar e Comitê Solidiedade (2020)

Paralelamente a isso, no perfil do Comitê Solidiedade no Instagram foram realizadas 36 publicações, obtendo 139 seguidores. Muitas das postagens foram realizadas no Facebook e não realizadas no Instagram, devido ao conteúdo da mensagem, já que o Instagram se caracteriza por ser muito mais visual do que o Facebook.

Com relação ao perfil demográfico dos usuários, segundo as informações fornecidas pelos próprios usuários ao se cadastrarem no Facebook e Instagram, obteve-se os seguintes dados: a maioria do público que seguiu as páginas do Comitê Solidiedade era do gênero feminino – 72% no Facebook e 74,6% no Instagram (gênero masculino: 25,5% - Facebook e 24,1% - Instagram); com relação à faixa etária, nota-se que os usuários do Facebook possuíam idade mais elevada, em comparação aos usuários do Instagram. Isso deve-se ao perfil de usuários da própria mídia social. Segundo pesquisa realizada pelo Instituto Pew Research Center, o Instagram é preferido pelo público mais jovem, sendo mais popular entre pessoas de 18 a 29 anos, ou seja, 55% das pessoas nessa faixa etária que estão na internet usam a rede social. Já o Facebook atrai pessoas de faixa etária acima de 29 anos e, apesar de ser mais popular entre pessoas da mesma faixa etária que o Instagram, o número de usuários é maior: 77% de quem utiliza a internet tem um perfil na maior rede social do mundo.

**Figura 4 – Dados demográficos fornecidos pelo Facebook e Instagram**

Fonte: Projeto Educomunicar e Comitê Solidiedade (2020)



Embora o foco deste relato de experiência seja o que foi executado no âmbito do Comitê Solidiedade, outras ações de extensão foram realizadas pelo projeto Educomunicar durante o período da pandemia, de acordo com as demandas identificadas. Por exemplo, logo no início da pandemia, percebeu-se uma lacuna em termos de conhecimentos tecnológicos no público-alvo do projeto – integrantes dos Empreendimentos Econômicos Solidários – para acessarem plataformas de reuniões e aplicativos de comunicação, como WhatsApp, Google Meet e o Microsoft Teams. Diante disso, foram organizadas formações pontuais *on-line* com os interessados, além da elaboração de um documento orientativo com um passo a passo de como acessá-las.

Também surgiu a necessidade de realizar orientações das medidas de prevenção ao COVID-19 aos membros da Cooperativa dos Trabalhadores Coletores de Resíduos Recicláveis de Blumenau (COOPERRECIBLU). Para isso, foram desenvolvidos cartazes (posteriormente postados nas mídias sociais), escritos em português e em crioulo haitiano, visando atender o grande número de cooperados haitianos. Foi realizada ainda uma campanha de conscientização para o correto descarte de máscaras de proteção, visto que essa ação impacta diretamente na saúde dos cooperados da COOPERRECIBLU que atuam na separação dos resíduos. Para isso, utilizou-se o site da FURB, com o envio de *releases* e a Rádio FURB FM, onde foram veiculados *spots* educacionais orientativos.



Figura 5 – Cartaz de Prevenção ao COVID-19 – português

Fonte: Projeto Educomunicar

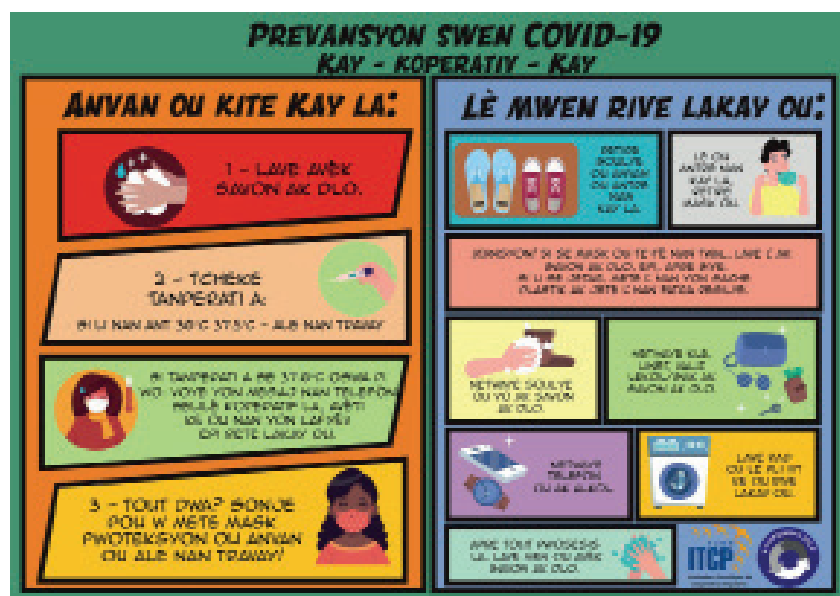


Figura 6 – Cartaz de Prevenção ao COVID-19 – Crioulo Haitiano

Fonte: Projeto Educomunicar



Outro problema enfrentado pelos trabalhadores e trabalhadoras da Economia Solidária foi a impossibilidade dos Empreendimentos Econômicos Solidários realizarem a comercialização dos seus produtos, visto que antes isso era realizado através da Feira de Economia Solidária, realizada mensalmente de forma presencial na FURB e também no Centro Público Vitrine de Economia Solidária, cujas atividades foram temporariamente suspensas a partir de março de 2020. Para isso, desenvolveu-se um Catálogo Virtual, no qual constava o nome do empreendimento, o responsável pela confecção/comercialização do produto, o contato e os produtos que poderiam ser encomendados e posteriormente entregues. Esse catálogo foi divulgado através do WhatsApp e também do Facebook e Instagram do Centro Público Vitrine da Economia Solidária, possibilitando a comercialização e também o trabalho e a renda, mesmo durante a pandemia.

**Figura 7 – Postagem do Catálogo Virtual no facebook do Centro Público Vitrine da Economia Solidária**

Fonte: Projeto Educomunicar



**Figura 8 – Postagem do Catálogo Virtual no facebook do Centro Público Vitrine da Economia Solidária**

Fonte: Projeto Educomunicar



## RESULTADOS E DISCUSSÕES

O Comitê Solidariedade foi uma iniciativa que buscou construir fluxos econômicos e articulação, organização e cooperação por meio do fomento a processos de produção, comercialização e consumo dos EES. Toda sua divulgação foi feita através das mídias sociais criadas e mantidas para o Comitê pelo projeto Educomunicar, que mobilizou e aproximou virtualmente as pessoas em prol de um objetivo comum.

A constituição de Redes de Economia Popular e Solidária é um importante instrumento de articulação de setores do estado e da sociedade civil, organizando e fortalecendo os EES no sentido da inclusão social e da democratização das relações de trabalho. As redes incluem trabalhadoras(es) em vários setores de produção, beneficiamento, comercialização, serviços diferenciados pela produção coletiva, autogestão (LAPORTE, 2017, p. 08). As redes de colaboração pressupõem articulações de ajuda mútua que podem, por exemplo, ter finalidade financeira e colaboração solidária, que atuam na perspectiva da transformação social, tendo em vista o bem viver, o bem comum de todo o ambiente, com as plantas, os minerais e os animais, incluindo as pessoas (LAPORTE, 2017, p. 11). As redes de colaboração solidária tornam-se importantes espaços promotores de intercâmbios econômicos associativos, colaborativos e autogestionários.

O grande desafio do Comitê Solidariedade foi articular ações de doações convencionais com uma estratégia de solidariedade que favorece a constituição de redes de cooperação com base nos princípios da Economia Solidária.

Assim, em que pese que a arrecadação de doações não constituía o principal objetivo do Comitê, considerando a realidade social vivenciada pelas famílias e demandas apresentadas, para além das ações previstas, recebeu-se alimentos não perecíveis (315 kg e 48 litros de leite), itens de higiene e limpeza (150 itens), roupas, calçados, cobertores (mais de mil peças) e insumos têxteis, que foram distribuídos conforme demandas dos trabalhadores e trabalhadoras dos EES. Também se contou com o apoio de projetos internos da FURB, como o curso de Odontologia com o “FURB Móvel”, e iniciativas particulares de docentes da instituição, como a psicóloga Adriana Lobo Müller que criou o Projeto Saber Solidário, com cursos *on-line* e doou 50% do valor das inscrições para o curso ao Comitê.

A primeira ação do Comitê ocorreu no mês de junho de 2020, em parceria com a FURB, na qual foram doadas pela Universidade aproximadamente 150 peças de roupas esquecidas pelos estudantes nos Campi durante o ano de 2019 e que não foram procuradas por seus proprietários. Após higienização e reparos, foram destinadas a 60 associados da COOPERRECIBLU.

Através da Campanha do Agasalho realizada pelo Corpo de Bombeiros de Blumenau, o Comitê recebeu aproximadamente 600 itens de vestuário, sendo a maioria desses destinados aos apenados do sistema prisional, liberados antecipadamente para o regime aberto por conta da contaminação pelo COVID-19 nas instituições penais.

Por meio da divulgação realizada nas mídias sociais do Comitê, incentivou-se a doação financeira, no valor de R\$50,00, para aquisição de cestas com alimentos orgânicos produzidos por agricultores familiares da região do Vale do Itajaí e Alto Vale. Recebeu-se doações pessoais e também da Associação dos Professores da FURB (APROF/FURB) e do Sindicato Único dos Trabalhadores no Serviço Público Municipal de Blumenau (SINTRASEB), totalizando R\$ 11.500,00.

A partir disso, firmou-se parceria para aquisição de alimentos com o Centro de Motivação Ecológica e Alternativas Rurais (CEMEAR), da cidade de Presidente Getúlio-SC e com o Projeto Abrigos da Terra, bene-

ficiando diretamente 13 famílias que estavam iniciando a produção de alimentos agroecológicos em municípios do Alto Vale do Itajaí. Foram adquiridas 210 cestas (com 9,3kg cada) de alimentos agroecológicos, totalizando a aquisição de 1.953 kg de alimentos e 300 litros de leite. Também foram transferidos recursos para compra de material de construção visando o reparo das residências de trabalhadores e trabalhadoras dos EES afetados pelo Ciclone “Bomba” que atingiu a região em 30 de junho de 2020. Ademais, foram realizadas doações de cestas agroecológicas e roupas para a Comunidade Indígena de José Boiteux, além da compra de alimentos da Cooperativa de Assentados do MST, para serem entregues na Aldeia Tiarajú/Pirai (Araquari-SC).

Como desdobramento das ações realizadas, fomentou-se e criou-se o Grupo de Compras Coletivas “Consumo Consciente”, uma rede solidária de produção e consumo de agroecologia do Vale do Itajaí que organiza a compra coletiva de alimentos orgânicos produzidas pelas famílias de agricultores do Projeto Abrigos da Terra e vende a consumidores de Blumenau, sendo feita a entrega quinzenal de 50 cestas em média.

Cabe destacar o trabalho desenvolvido por acadêmicos extensionistas da FURB que oportunizou correlacionarem teoria-prática e vivenciarem realidades socioeconômicas das mais diversas, contribuindo para o processo de formação pessoal e profissional.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No contexto da crise do COVID-19, em que a preocupação com a coletividade se faz ainda mais necessária para evitar a proliferação do vírus, a Economia Solidária aparece como uma alternativa aos trabalhadores e reafirma a importância de construir laços de cooperação, cuidado mútuo e solidariedade para enfrentar os desafios que estão postos. Diante do desamparo estatal e das medidas protetivas governamentais insuficientes para enfrentar as expressões da questão social, a organização do Comitê Solidariedade apresentou-se como uma importante iniciativa de apoio aos trabalhadores e trabalhadoras dos EES, que proporcionou a estes acesso às condições básicas de sobrevivência, permitindo também vislumbrarem possibilidades de geração de trabalho e renda e constituição de redes de colaboração solidária.

O Comitê, mesmo com uma ação pontual, possibilitou que trabalhadores/as da Economia Solidária afetados diretamente pela pandemia pudessem ter acesso a redes de apoio e cooperação mútua, além de possibilitar a 16 acadêmicos extensionistas dos cursos de Serviço Social, Farmácia, Psicologia, Jornalismo, Artes Visuais, Direito, Música e Ciências Sociais uma vivência única, pautada nos preceitos da Economia Solidária.

Foram atendidas com doações (físicas e financeiras) diretamente 157 famílias e estima-se que mais de cinco mil pessoas foram beneficiadas indiretamente através de campanhas informativas/orientativas sobre o COVID-19 realizadas na Rádio FURB FM, nas mídias sociais Facebook e Instagram e, com a atuação *on-line* junto ao Fórum Catarinense de Economia Solidária, na reivindicação de medidas de apoio a Economia Solidária.

Apesar de todos os desafios no ano de 2020, foi possível, com algumas adaptações, desenvolver várias ações pelo Projeto Educomunicar que favoreceram a comunicação social, novas aprendizagens e acesso a recursos físicos e materiais que foram direcionados às pessoas/grupos associativos com mais dificuldades de prover sua sobrevivência e as necessidades sociais na pandemia.

---

A divulgação da Economia Solidária como um todo e, conseqüentemente, da ITCP/FURB através das mídias sociais, em um período de isolamento social, e a organização de trabalho *home office* foram estratégias metodológicas não planejadas inicialmente, mas que nesta “nova realidade” podem ser replicadas e utilizadas com maior frequência para viabilizar as ações de extensão universitária.

Desta forma, avaliamos que o Projeto Educomunicar: Comunicação, Educação e Economia Solidária alcançou grande êxito até o momento, visto que adaptou suas estratégias metodológicas e ações, fornecendo o suporte necessário para os demais projetos, equipes de trabalho e Empreendimentos Econômicos Solidários da região.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Eliany Alvarenga de. **Informação, Cidadania e Sociedade no Brasil**. Inf. & Soc.: Est, João Pessoa, v.2, n.1, jan./dez. 1992. Disponível em: [https://brapci.inf.br/index.php/article/download\\_view/13939](https://brapci.inf.br/index.php/article/download_view/13939). Acesso em 04 out. 2019.

BESKOW, Cristina Alvares; HELENE, Diana; CESTARI, Mariana Jafet. **A Comunicação Popular na construção da Identidade. Coletiva** - reflexões sobre incubação e autogestão, Campinas, SP: Unicamp. Instituto de Economia, 2011.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em 29 mai. 2021.

BRASIL. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm). Acesso em 29 mai. 2021.

CONAES - Conferência Nacional de Economia Solidária, II, Brasília - DF. **Recomendação nº 08 do Conselho Nacional de Economia Solidária**, de 04 de julho de 2012. Disponível em: [https://www.ipea.gov.br/participacao/images/pdfs/conferencias/economia\\_solidaria\\_ii/caderno\\_propostas\\_2\\_conferencia\\_economia\\_solidaria.pdf](https://www.ipea.gov.br/participacao/images/pdfs/conferencias/economia_solidaria_ii/caderno_propostas_2_conferencia_economia_solidaria.pdf). Acesso em: 30 mai. 2021.

CONAES - Conferência Nacional de Economia Solidária, III, Brasília - DF. **Texto de referência: contextualização e balanço nacional** - Secretaria Nacional de Economia Solidária- Ministério do Trabalho e Emprego. 2014. Disponível em: <http://acesso.mte.gov.br/data/files/ff8080814373793b0143bb08893640e8/texto%20de%20refer%c3%aancia%20-%20gr%c3%a1fica.pdf>. Acesso em: 30 mai. 2021.

FREIRE, Paulo. **Educação e Mudança**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

FRONZA, C. S.; LACERDA, M. R. F.; SCHIOCHET V. **Projeto Educomunicar: Comunicação, Educação E Economia Solidária**. 2020. Disponível em: <https://www.furb.br/pqex/projeto/buscaProjeto.view?nrAnoProjeto=2019&nrProjeto=742> Acesso em: 29 mai. 2021.

GOMES, Ana Lígia. **Os conselhos de políticas e de direitos**. In: Capacitação em serviço social e política social: módulo 2 - Programa de capacitação continuada para assistentes sociais. Brasília, CFESS/ABEPSS/

CEAD/UnB, 2000.

KAPLAN, Andreas M.; Haenlein, Michael. **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media**. Business Horizons 53, 2010.

LAPORTE, Ana Luiza. **Encantar a vida com as redes de colaboração solidárias**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017. 52 p. (Série Trilhas Educativas; caderno 4).

PEW RESEARCH CENTER. **The demographics of social media users**. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/19/the-demographics-of-social-media-users/> e <https://www.pontodesign.com.br/conheca-6-diferencas-entre-facebook-e-instagram-ads/>. Acesso em 27 mai. 2021.

SARMENTO, Helder Boska de Moraes. **Instrumentos e técnicas do serviço social: elementos para uma rediscussão**. 1994. 315f. Dissertação (Mestrado em Serviço Social)- Programa de Pós-Graduação em Serviço Social, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1994.

SCHIOCHET, Valmor. **A construção de uma Economia Solidária para superar a crise**. FES BRIEFING, julho de 2020. Disponível em: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/brasilien/16369.pdf>. Acesso em: 29 mai. 2021.

## CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

C. S. F.: contribuiu na elaboração e redação do artigo, além de realizar a revisão crítica do conteúdo;

M. R. F. L.: contribuiu na elaboração e redação do artigo e na análise e interpretação dos dados;

V. S.: contribuiu na elaboração e redação do artigo.

Recebido em: 30/05/2021 Aceito em: 15/09/2021

