

## Caracterización de cada propuesta de EFI

### 1. Datos de identificación.

**Nombre del EFI: Unidades Económicas Vulnerables**

**Tipo:**Sensibilización / Profundización

**Palabras clave (hasta 3):** Diseño estratégico, producto, vinculación con el entorno

<b>Articulación:</b>	No	Si	¿Cuál/es?
¿El EFI se realiza con otros servicios?		si	FIC
¿Tiene vínculo con algún Programa Plataforma?	No		

**Áreas de conocimiento involucradas:** / Social / Productiva

#### **Ubicación geográfica:**

La Coordinadora Nacional de Economía Solidaria está integrada por distintas Redes departamentales de emprendimientos como son: Consejo Canario de Economía Solidaria, Espacio de Economía Solidaria de Maldonado, Red de economía solidaria de Tacuarembó, Mesa de Economía Solidaria de Paysandú, Red de Economía Solidaria de Montevideo, Durazno, Rocha, Artigas.

**Canelones - Empalme Olmos - 26 de Mayo S/N**

### 2. Participantes del EFI

#### 2.1 Participantes universitarios

##### **Cuadro resumen del total de participantes universitarios (\*):**

Carrera / Curso	Docentes	Estudiantes	Egresados
SIP-LDCV-FARQ	Beatriz Leibner	inscritos al curso 2012	
	María Emil Saldaña	inscritos al curso 2013	
		inscritos al curso 2014	
		inscritos al curso 2015	

(\*) Complete solamente los pertenecientes a su servicio.

**Integrantes del equipo universitario que llevará adelante la propuesta en su servicio(\*):**

Nombre y Apellidos	CI	Teléfono	Correo electrónico	Servicio/Área	Docente	Estudiante	Egresado
Beatriz Leibner			ba_leibner@yahoo.com	Área Proyectual LDCV	si		
María Emil Saldaña			maria.emil@estoesmink.com	Área Proyectual LDCV	si		

(\*) Incluir SOLO estudiantes que tengan tareas de coordinación.

<b>Docente(s) referente(s) del EFI:</b>				
Nombre y Apellidos	CI	Teléfono	Correo electrónico	Servicio/Área
Alejandro Barreiro			alejandro@barreirayasoc.com.uy	FIC
Alvaro Heinzen			alvaro@kyc.com.uy	Kairos & Cronos diseño
Laura Nuñez			contacto@dupla.com.uy	Dupla, consultoría en comunicación
María Laura Rocco			contacto@dupla.com.uy	Dupla, consultoría en comunicación

## 2.2 Participantes no universitarios

<b>Actores no universitarios participantes:</b>		
	Tipo	Nombre
<b>Sociales(*)</b>	Cooperativa	CTC Olmos
<b>Institucionales(**)</b>	Organización	La Coordinadora Nacional de Economía Solidaria

(\*) Tipo de actores sociales: Comisiones vecinales, sindicatos, cooperativas, ONG, u otros.

(\*\*) Tipo de actores institucionales: CAIF, Escuelas, liceos, INAU, UTU, empresas públicas, cárceles, hospitales, policlínicas, intendencias, ministerios, u otros.

<b>Referentes no universitarios:</b>			
Nombre y Apellidos	Teléfono	Correo electrónico	Institución/ Organización
Luis Greco		lgreco@ctc.com.uy	CTC Olmos
Helena Almirati		halmirati@yahoo.es	CNES

## 3. Integralidad y reconocimiento curricular

<b>Articulación de funciones:</b>	
¿Qué tipo de articulación de funciones se prevé desarrollar?	Explique cómo
Investigación-enseñanza	
Extensión-enseñanza	
Investigación-extensión	

Investigación-enseñanza- extensión	x	A partir del estudio de un caso real y la vinculación con el entorno y la participación de profesionales, se realiza la estrategia de comunicación a partir de la cual se elabora una propuesta de diseño de comunicación la cual se materializará en distintos soportes.
---------------------------------------	---	---

**Interdisciplina:** ¿Qué disciplinas participan?

**Reconocimiento curricular:**

¿El EFI tiene reconocimiento curricular? Si	¿Bajo que modalidad? Curso obligatorio, Curso optativo, Curso extracurricular, Pasantía o Práctica pre profesional u otra.  Curricular, compone el práctico de SIP	¿Qué tipo de reconocimiento curricular tienen los estudiantes?. Créditos, equivalente a práctico de un curso, equivalente a parcial, a través de la realización un informe o monografía final u otro (Especificar)  Bitácora del Seminario: registros fotográfico de los distintos procesos, análisis y conclusiones del desarrollo etapa por etapa. Los procesos desarrollados en el Seminario deberán ser registrados fotográficamente, generando una bitácora junto con los esquemas, collages, diagramas y cualquier otro insumo construido en clase.  Estrategia de comunicación que refuerce los objetivos del comitente  Diseño de las piezas necesarias para entender la estrategia desarrollada, criterios de aplicación, ejemplos en variedad de soportes y materiales.  La entrega consta de una carpeta A4, 1 panel 90x60cm en soporte rígido y de una presentación oral acompañada gráficamente en soporte digital. Entrega de un catálogo de muestras de aplicaciones.
---	---	--

**4. Financiamiento**

a.- ¿Que tipo de financiamiento tiene? (UdelaR, CSEAM, Farq, EUCD, etc)

Farq./ LDCV

**5. Descripción de la propuesta de EFI**

a.- Antecedentes

La Licenciatura de Diseño en Comunicación Visual (LDCV) se ha vinculado durante más de tres años con la Coordinadora Nacional de Economía Solidaria (CNES) a través del Seminario Interdisciplinario de Producto (SIP). Desde el ámbito académico y a través de trabajos en aula, la asignatura ha explorado distintos aspectos de la Economía Social y Solidaria (ESS) como uno de los referentes que reúne a Unidades Económicas Vulnerables asimismo en 2015 estaremos abocados a CTC Olmos dentro de la misma línea de trabajo.

Un emprendimiento de economía solidaria es un organismo de carácter colectivo que a través de redes promueve como centro a las personas y desarrolla los valores de la solidaridad en las distintas fases de su actividad económica: producción, distribución, consumo y finanzas.

La economía social y solidaria constituye el fundamento de una globalización humanizadora, de un desarrollo sustentable, amigable con el medioambiente, sociablemente justo, volcada a la satisfacción racional de las necesidades de cada uno de todas y todos los habitantes transitando un camino intergeneracional por la mejora de la calidad de vida y del hábitat. Constituyen también alternativas de inserción en el trabajo hacia los sectores más vulnerables de nuestra sociedad, hacia los jóvenes y hacia las mujeres.

La Coordinadora Nacional de Economía Solidaria (CNES) es fruto de un proceso que ha buscado el acercamiento, dialogo y posterior coordinación entre los diversos colectivos y las organizaciones de la sociedad civil pertenecientes al movimiento de Economía Solidaria en Uruguay. Tiene como objetivos:

- Promover y divulgar las nociones, conceptos y principios de la economía solidaria.
- Construir agendas comunes.
- Generar espacios de comercialización, apoyo a ferias y otras actividades de comercialización comunitarias.
- Organizar acciones educativas sobre el comercio justo, el consumo responsable y las finanzas éticas.
- Favorecer experiencias de autogestión colectivas y asociativas.
- identificar, estudiar y ubicar en el territorio las experiencias económicas de Economía Solidaria que se dan en Uruguay, tanto a nivel productivo (emprendimientos), como en la distribución (tiendas, redes de comercialización), el consumo (colectivos de consu-midores), las finanzas (finanzas solidarias). También visualizar las entidades de apoyo o fomento de estas experiencias y estudiar el vínculo con ellas.
- Ofrecer los productos desarrollados por el colectivo a través de su local comercial, denominado EcoSol, ubicado en la ciudad de Montevideo.

Actualmente en nuestro país un grupo de productores y cooperativas representan estos ideales intentando abrirse camino con una forma de economía alternativa dentro de un entorno capitalista. El resultado de su trabajo transmite valores simbólicos, funcionales, económicos y tecnológicos de la misma manera que los productos desarrollados por el modelo de economía capitalista, pero en la forma de sistematización de su trabajo se encuentra el valor humanizador, este valor no se percibe necesariamente en el resultado material. Es por este motivo que desde la CNES surge la necesidad de contactarse con la Licenciatura en Diseño de comunicación visual para analizar juntos los mecanismos que logren evidenciar estos valores.

#### b.- Objetivos

Analizar en profundidad las características proyectuales implicadas en el diseño de marca, específicamente aquellas que se reconocen como sello.

Aplicar y familiarizarse con las distintas metodologías estructuradas para la realización de un proyecto.

Articular los distintos enfoques metodológicos trabajados por los invitados en la generación de un único proyecto.

Planificar estrategias de comunicación que fortalezcan los objetivos de la Economía Social y Solidaria y de las Unidades Económicas Vulnerables

Diseñar y desarrollar las piezas necesarias para llevar adelante la estrategia planificada.

Concebir el rol y la responsabilidad del diseñador de comunicación visual en proyectos que favorezcan el incentivo y el fortalecimiento de estructuras basadas en una ética productiva, de cuidado de los recursos naturales y culturales, de reparto equitativo de la riqueza y de gestión participativa.

Desarrollar distintas metodologías proyectuales y profundizar la capacidad para trabajar en equipo, siendo partícipe de la diversidad de procesos de trabajo, desde los cuales, pensar y compartir diferentes

posiciones, considerando varias alternativas.

Generar una postura crítica y reflexiva en la construcción de la figura profesional, comprometida con la realidad socio-cultural en la que se encuentra inmersa.

c.- Descripción de actividades previstas para estudiantes y docentes (tipos de actividad, modalidad pedagógica, roles esperados, entre otros)

Visitas a las instalaciones, entrevistas a los distintos usuarios, análisis de programas visuales, sistemas y subsistemas de identidad. Elementos portadores de la imagen institucional. Aplicaciones bidimensionales y tridimensionales. Manuales de estilo y normativos.

Metodología de análisis, de administración estratégica, de implementación operativa y de evaluación.

Definiciones de usuarios y entornos para las estrategias de comunicación.

visitas de expertos invitados que trabajarán en clase como lo hacen en el medio profesional

d.- Si existe, ¿de qué modo se da la articulación con programas plataforma?

e- Sobre la población involucrada (actores sociales y actores institucionales):

Los actores se pueden distinguir en dos grupos: los profesionales que aportan modalidades de trabajo y los actores sociales e institucionales que dan cuenta de las características del comitente y las problemáticas a abordar por los estudiantes.

¿Qué actividades realizan?

Visitas guiadas, presentación de problemas y expectativas referentes al trabajo, transmisión de experiencias y metodologías de trabajo

¿Que modalidades de participación se plantean?

vivenciales, en equipos, de taller.

En que momento del desarrollo del EFI participarán (Elaboración, Desarrollo, Evaluación).

Elaboración y desarrollo y evaluación. Ya que forman parte de la programación del SIP, participan en el desarrollo y dictado del seminario e intervienen en la presentación final de los estudiantes aportando criterios y percepciones en afectarán la evaluación final.

f.- Dispositivos de Evaluación previstos. (Indicar si se prevén dispositivos específicos para la evaluación estudiantil y/o docente.)

Bitácora del Seminario: registros fotográfico de los distintos procesos, análisis y conclusiones del desarrollo etapa por etapa. Los procesos desarrollados en el Seminario deberán ser registrados fotográficamente, generando una bitácora junto con los esquemas, collages, diagramas y cualquier otro insumo construido en clase.

Estrategia de comunicación que refuerce los objetivos del comitente

Diseño de las piezas necesarias para entender la estrategia desarrollada, criterios de aplicación, ejemplos en variedad de soportes y materiales.

La entrega consta de una carpeta A4, 1 panel 90x60cm en soporte rígido y de una presentación oral acompañada gráficamente en soporte digital. Entrega de un catálogo de muestras de aplicaciones.

g.- Resultados esperados y proyecciones a futuro.

Como ya mencionáramos este proyecto surge de las experiencias acumuladas por el Seminario Interdisciplinario de Producto en el período comprendido entre el 2012 y el 2014, sin embargo pretende convertirse formalmente en una línea de trabajo a partir del resultado arrojado por la elaboración de diagnósticos e informes elaborados a través de esta experiencia que permitan trazar las características de las Unidades Económicas Vulnerables de cara al desarrollo de estrategias específicas de Diseño en Comunicación Visual.

h.- Cronograma de ejecución

Cronograma de Ejecución del Práctico SIP

23/08 Lanzamiento del ejercicio. Visita del comitente, desarrollo de Brief y organización del tiempo y los objetivos de trabajo.

30/08 Desarrollo de Brief y organización del tiempo y los objetivos de trabajo. Estrategia de Comunicación

06/09 Procesos creativos. Traer: útiles, cartulinas y revistas varias para hacer collage.

13/09 Definición de las piezas

27/09 Visita al comitente para intercambiar impresiones respecto a lo elaborado hasta el momento

11/10 ajustes y rediseños de las estrategias de comunicación y las propuestas a partir de la devolución del comitente.

25/10 Entrega y presentación

## **6. Observaciones**