

Diseñar Solidario,
Aportes del Diseño de Comunicación Visual a la
Economía Social y Solidaria como factor estratégico
de fortalecimiento y participación.

Informe del Proyecto

Lucas Giono
Responsable

Antonio del Castillo
Beatriz Leibner
María Emil Saldaña
Alejandro Barreiro
Docentes

Melina Mota
Luciana Prestes
Estudiantes

Resumen del proyecto:

A partir de los resultados preliminares, respecto del diseño de sellos de identificación de la Economía Social y Solidaria (ESS) generados en el Seminario Interdisciplinario de Productos de LDCV, un grupo de alumnos y docentes se presentaron al llamado de proyectos de extensión con "Diseñar Solidario Aportes de Comunicación Visual a la Economía Social y Solidaria como factor estratégico de fortalecimiento y participación".

Interesados en profundizar y avanzar en las hipótesis previas, con el fin de generar respuestas a la necesidad de difusión y posicionamiento de la ESS, los objetivos presentados en el proyecto y que han sido alcanzados fueron:

- Desarrollar un diagnóstico de situación, y propuestas de posibles soluciones junto a los productores, comercializadores y consumidores de ESS a partir de la construcción colectiva y horizontal.
- Generar una estrategia de comunicación, difusión y viralización de los resultados alcanzados.
- Analizar el local comercial se EcoSol en colaboración con la asignatura opcional: Instalaciones Comerciales de FARQ de la mano del Arq. Antonio del Castillo.
- Generar un documento que permita desarrollar formalmente una línea de trabajo sobre ESS en la LDCV.

Las características implicadas en la experiencia de vinculación intrer-institucional con un medio tan heterogéneo requirieron una flexibilidad en tanto tiempos y objetivos los cuales debieron ser reprogramados en el transcurso del propio hacer y obligaron a solicitar una prórroga al Servicio de Extensión. En cuanto a los objetivos se incluyeron el estudio de ferias del sector a partir de la adquisición de una carpa propia y sus respectivas necesidades de organización y difusión; mientras que a partir del diagnóstico del local de EcoSol se generaron 10 propuestas de diseño y reestructuración de las instalaciones. Con respecto a los tiempos se decidió priorizar la participación lo más horizontal y abarcadora posible tanto en territorio como en modalidades de participación en función de las capacidades cognitivas de los distintos usuarios. Decisión que acarrió un defasaje insalvable en el cronograma previsto y la postergación de dos objetivos que no se han logrado aún pero que se está trabajando para su desarrollo: La estrategia de comunicación para ESS en la implementación del sello, que se prevé realizar en el segundo semestre de 2016 junto con el Seminario Taller de Publicidad de la Facultad de Información y Comunicación y en relación a este el Documental/campaña de difusión.

Es de destacar además las vinculaciones realizadas, como resultado del proceso generado, con la Unidad de Estudios Cooperativos – Servicio Central de Extensión y Actividades en el Medio de la Universidad de la República, quienes han desarrollado un mapeo de la Economía Solidaria en el Uruguay; con el Centro de formación/documentación de Procesos Autogestionarios (Red Temática de Economía Social y Solidaria y Núcleo-Red Pensamiento crítico y sujetos colectivos en América Latina - Universidad de la República; la División Promoción Económica dentro de Desarrollo Económico de la Intendencia de Montevideo; el Servicio de Soporte Informático Webmaster de FADU y la participación en 100 intervenciones X 100 espacios con motivo de los festejos de los 100 años de la antigua Facultad de Arquitectura.

Ha sido un proceso caracterizado por su dilatación temporal, reconociendo que el proyecto se postuló a un llamado que preveía 5 meses de actuación. Sin embargo la magnitud y la profundidad del trabajo han implicado más del doble de tiempo en un proceso que entendemos aún inacabado. De todas formas, si nos detenemos en el objetivo general del proyecto Diseñar Solidario que estableció: *"Fortalecer el vínculo con CNES a través de la comunicación de sus atributos y la puesta en valor del recorrido realizado por SIP en 3 años de trabajo"* podemos asumir que ha sido cumplido. Entendemos además que dentro de los objetivos específicos se incluía *"la generación de un documento que permita desarrollar formalmente una línea de trabajo sobre ESS en la LDCV"* debemos reconocer entonces, que nos encontramos ante la generación de una línea de investigación-acción que vincula las tres funciones de la tarea universitaria, que ha nacido desde las experiencias de Grado -en el Seminario Interdisciplinario de Producto- que se ha fortalecido y formalizado con este proyecto de extensión y que seguirá su curso en otros formatos y a través de distintas plataformas de la lógica universitaria.

Capítulo 1

1.1 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), cuyos resultados preliminares han forjado un interés de las partes en avanzar hacia experiencias que logren concretar estos esbozos iniciales. De esta manera se ha reunido un grupo de alumnos y docentes interesados en profundizar el estudio y avanzar en las hipótesis previas con el fin de generar respuestas a la necesidad de difusión y posicionamiento de la CNES.

En este marco, el presente proyecto, planteó como objetivo principal, la elaboración del diagnóstico de situación de la Economía Social y Solidaria a partir del cual generar los insumos para abrir una línea de trabajo respecto de la responsabilidad del diseñador en proyectos que favorecen el incentivo y el fortalecimiento de estructuras basadas en una ética productiva, de reparto equitativo de la riqueza y de gestión participativa. A la vez que permita la capitalización de las experiencias realizadas en los 3 años del seminario con la concreción de un sello certificador que funcione como identificador gráfico de ESS, según las necesidades manifestadas por CNES.

1.2 Objetivos Planteados Originalmente:

Como objetivo general del proyecto Diseñar Solidario se estableció: *“Fortalecer el vínculo con CNES a través de la comunicación de sus atributos y la puesta en valor del recorrido realizado por SIP en 3 años de trabajo.”* Y como objetivos específicos se definieron los siguientes puntos:

- Desarrollar un diagnóstico de situación, y propuestas de posibles soluciones junto a los productores, comercializadores y consumidores de ESS.
- Generar un taller que asiente el debate y la valoración sobre los sellos propuestos en los 3 años de SIP y reúna a diseñadores, productores y comercializadores.
- Documentar estas experiencias a través de un audiovisual realizado con la colaboración del área tecnológica de LDCV, el cual servirá como elemento de difusión tanto de la experiencia de extensión como del sello y ESS.
- Generar de un documento que permita desarrollar formalmente una línea de trabajo sobre ESS en la LDCV.

Asimismo y como parte de la metodología participativa programada se incluyó: la construcción colectiva del conocimiento junto con los sujetos y se dividió la metodología de trabajo en 5 etapas formales:

- 1) Exploración de la organización y relevo del acervo generado por el SIP
- 2) Investigación.
- 3) Análisis colectivo, con talleres participativos de debate y valoración grupal por parte de todos los actores involucrados.
- 4) Construcción de conclusiones y propuestas colectivas, insumos del material audiovisual de divulgación.
- 5) Estrategia de comunicación difusión y viralización de los resultados alcanzados.

Dentro del diagnóstico se pretendía incluir el análisis de las distintas plataformas de comunicación manejadas por CNES:

- Local comercial se EcoSol en colaboración con la asignatura opcional: Instalaciones Comerciales de FARQ de la mano del Arq. Antonio del Castillo
- Pagina web y blog
- Participación en ferias
- Congresos y eventos realizados por el colectivo

Las características implicadas en la experiencia de vinculación intrer-institucional, con un medio tan heterogéneo requirieron una flexibilidad en tanto tiempos y objetivos, los cuales debieron ser reprogramados en el transcurso del propio hacer. Estos cambios se debieron a decisiones propias del equipo al correr los plazos de cierre de las etapas 2 y 3, como por temas de burocracia interna de la propia facultad que impidió, entre otras cosas, la participación en: 23ª FEICOOP – Feira Internacional do Cooperativismo, 12ª Feira Latino Americana de Economia Solidária, 16ª Mostra da Biodiversidade e Feira da Agricultura Familiar, 12ª Camin hada Internacional e Ecumênica pela Paz e Justiça Social, 12ª Levante da Juventude do RS, I Assembleia Nacional do Movimento de Economia Popular Solidária. La participación en este evento pudo significar la aceleración de procesos de investigación y acercamiento al sector.

1.3 Resultados Alcanzados y en Curso:

En cuanto al logro de los objetivos se cumplió con el Objetivo General del Proyecto y el primero (ver: Proceso de recopilación, página 6 del presente informe) y el cuarto de los Objetivos Particulares. Con respecto al segundo objetivo particular, entendemos que ha sido logrado a partir de una experiencia piloto (ver páginas 11, 14 a 20 y 24 a 27 del presente informe). Mientras que el tercer objetivo particular, en la coordinación del proyecto y permanente diálogo con la contraparte se establecieron prioridades según las preferencias del sector, incorporando nuevos objetivos y desestimando el audiovisual en esta instancia, al entender como prioritario ahondar primero en los puntos de comercialización. Los Objetivos Particulares incluidos posteriormente fueron: El estudio de ferias del sector a partir de la adquisición de una carpa propia y sus respectivas necesidades de organización y difusión; y el estudio en detalle del local de EcoSol para la generación propuestas de diseño y reestructuración de las instalaciones.

Respecto de la metodología participativa programada, se realizó un minucioso trabajo en el diseño de la selección del sello (ver páginas 6 a 20 del presente informe) pudiendo cumplir con las etapas 1 y 2, ajustando las modalidades de participación previstas en las etapas 3 y 4 y desdoblado de la etapa 4 el material audiovisual de divulgación por lo expuesto anteriormente respecto del ajuste de los objetivos particulares. Con respecto a la última etapa ha sido desarrollada en el informe adjunto *Local Tienda EcoSol*. Mientras que la estrategia de comunicación para ESS en la implementación del sello, se prevé realizar en el segundo semestre de 2016 junto con el Seminario Taller de Publicidad llevado adelante por el docente Alejandro Barreiro de la Facultad de Información y Comunicación. Donde esperamos además retomar el tema: Documental/campaña de difusión.

Los Productos acabados como resultado del presente proyecto pueden reconocerse como:

- Informe Diagnóstico del Sector ESS.
- Votación del Sello: con 4 soportes en 2 modalidades de votación donde se destaca el Librillo de Votación como un producto importante de difusión.
- Manual de Uso del sello seleccionado colectivamente
- Informe Local Tienda EcoSol: diagnóstico del local existente y propuestas de diseño.
- Informe del proyecto Diseñar Solidario, Aportes del Diseño de Comunicación Visual a la Economía Social y Solidaria como factor estratégico de fortalecimiento y participación:

documento que permite seguir desarrollando formalmente una línea de trabajo sobre ESS en la LDCV.

Se adjunta al presente informe, el Informe Diagnóstico del Sector ESS, el Librillo de Votación, el Manual de Uso y el Informe Local Tienda EcoSol. Es voluntad del equipo docente la futura publicación de este informe como parte de la formalización y sistematización de las experiencias desarrolladas. A continuación se realizará una explicación de las características del proyecto, las decisiones tomadas en la construcción metodológica y de gestión así como dificultades atravesadas por el equipo en el desarrollo de los productos antes mencionados.

CAPÍTULO 2

2.1 Autodenominación

Un Identificador Gráfico es parte del grupo de Signos identificadores, y suelen estar compuestos por un nomenclador y un signo no verbal. Los signos no verbales que acompañan al nombre y su forma gráfica - en este caso Economía Social y Solidaria o su abreviación ESS- poseen la función de mejorar las condiciones de identificación y refuerzan la capacidad de reconocimiento y posterior recordación. En este sentido deben ser formas que permanezcan en la memoria y que al mismo tiempo no se confundan con otras, es decir que no se asocien a otros conceptos a la hora de recordarlas. (CHAVES, 1999) Sin embargo estas formas no verbales son parte de un todo que debe definir primero su denominación verbal.

Actualmente la denominación “Economía Social y Solidaria” no es compartida por el total del colectivo, como establece Helena Almirati “El nombre es un tema no zanjado internamente” Algunos miembros reconocen *Economía solidaria*, otros *Economía social y solidaria*, mientras que algunos prefieren describirse como *Economía, social, solidaria y popular*. De hecho en el sitio web de La Coordinadora Nacional de Economía Solidaria (CNES) se refieren a Economía Solidaria (EcSol).

Estas distintas posturas sobre las diferencias en la auto-denominación que facciones del colectivo adoptan para diferenciarse como un modelo de economía anti-hegemónica, se puede relacionar a las diferentes denominaciones que movimientos similares han adoptado en otras partes del mundo. Por citar un ejemplo el Foro Internacional sobre ESS (Forum International de l'Économie Sociale et Solidaire – FIESS), que se celebrara en Canadá, fue organizado por el Chantier de l'économie sociale en Montreal, Quebec. El tema principal del FIESS en el 2011 fue “la necesidad de diálogo entre el Estado y la sociedad civil para elaborar políticas públicas a favor de la economía social y solidaria”.¹ Aquí podemos evidenciar que mientras el organizador se denomina como “economía social” el foro incluye el termino “Solidaria” La Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos de Perú posee el Observatorio de la *Economía Social, Solidaria y Popular* en el marco de las actividades del convenio firmado con la Universidad del País Vasco²

El término economía social surge a finales del siglo XIX describiendo las asociaciones voluntarias y de autoayuda establecidas por los trabajadores para enfrentar las consecuencias de la extensión del capitalismo industrial y en 1970 el termino fue redescubierto por los movimientos cooperativos, mutuales y asociativos franceses en un intento por fortalecer su reconocimiento institucional (Defourny & Develtere, 2009)

La Organización Internacional del Trabajo³ reconoce la *Economía Social* asociada clásicamente a cooperativas, organizaciones mutuales y asociaciones y organizaciones autónomas cuya meta es ofrecer un servicio a sus miembros o a la comunidad sin considerar las ganancias y que incorporan procesos democráticos de toma de decisiones a pesar de algunas diferencias en términos de la distribución de los beneficios. Mientras que reconoce a la *Economía Solidaria* como un término surgido posteriormente que tiene como objetivo distinguir las organizaciones asociadas a la *Economía Social* clásica de organizaciones más recientes - iniciativas innovadoras, más participativas y a menudo de menor escala- las cuales surgen frecuentemente para responder a los problemas sociales contemporáneos. Al tiempo que enfatiza un reconocimiento de la desviación del carácter teórico de algunas organizaciones sociales que por su tamaño y trayectoria son cooperativas o mutuales pero sus vínculos están demasiado cerca de la economía capitalista convencional. Finalmente el término *economía popular* arraigado principalmente en América Latina, ha sido conceptualizado por investigadores como Luis Razeto (Chile) o José-Luis Corragio (Argentina). Es la respuesta de la clase popular (por ejemplo, los más vulnerables) y sus organizaciones de base para abordar problemas sociales y conseguir la subsistencia económica.

¹ <http://socialeconomy.itcilo.org/ssea-reader2011-spanish-web.pdf>

² <http://economieassolidarias.unmsm.edu.pe/>

³ http://www.ilo.org/empent/units/cooperatives/WCMS_166369/lang--es/index.htm

Desde el punto de vista conceptual, el énfasis recae en la lógica interna de una economía autogestionada por los trabajadores que dependen de sus recursos no monetarios: fuerza laboral, capacidad organizativa y de movilización, imaginación, creatividad. (2011)

Si tomamos la definición de EcSol desarrollada por la Unidad de Estudios Cooperativos de UDELAR encontramos:

Se entiende a la EcSol como “una construcción colectiva, dinámica y transformadora que implica incorporar los valores solidarios en la teoría y en la práctica de la economía. Sitúa en el centro a las personas y actúa en las diversas fases de la actividad económica: producción, consumo, distribución y finanzas”⁴

Sin embargo, como se hará referencia más adelante, el propio colectivo comenzó a adoptar la denominación ESS en actividades y eventos desarrollados en el 2016 (ver página 12). Por tanto se decidió trabajar en concordancia con lo dispuesto por la Coordinadora entendiendo que la elección del propio sello podrá servir como una plataforma de resignificación a puertas adentro.

2.2 Sello

Los productos de Economía Social y Solidaria tienen un esfuerzo y modo de producción que los diferencia del modelo capitalista. Es una economía basada en valores de igualdad, cooperación, compromiso con el entorno territorial y solidaridad que permiten vislumbrar alternativas económicas, sociales y culturales a partir de sus iniciativas de comercio justo, finanzas éticas, de sustentabilidad ecológica entre otras. Estas experiencias dan cuenta de otras formas de organización y merecen ser reconocidas y difundidas: identificar los productos y servicios los posiciona en otro nivel de mercado.

Los sellos al igual que los isologotipos son identificadores gráficos, pero por su carácter de sello, posee rasgos visuales capaces de convivir con las marcas, acompañándolas sin quitarles protagonismo. Su objetivo principal es identificar y distinguir un rasgo común entre distintas marcas. Existen diferentes tipos de sellos, los más comunes identifican normas de calidad, territorio de origen, o salvaguarda de algún recurso natural. Puede aplicarse en diferentes tamaños, superficies y técnicas y de esta manera prevé la variedad de soportes y situaciones de uso.

En este caso el sello permite que se evidencien los principios de ESS; al legitimar los productos y servicios generados por el colectivo bajo un mismo sello, se ayuda al público a identificarlos con mayor facilidad y también genera confianza en los consumidores. Los productos y servicios que actualmente son heterogéneos y difíciles de agrupar, al presentar el sello, se reúnen y se reconocen en el universo de la ESS, ganando fuerza y visibilizando los valores de esta política, apoyados en el concepto de dos es más que uno más uno.

2.3 Proceso de recopilación

Se realizó una búsqueda de los resultados de sellos elaborados en SIP (ver Anexo I del presente informe) El procedimiento para la recopilación de los sellos fue la siguiente: se partió de las actas de SIP para los años 2012, 2013 y 2014 junto a los docentes anteriores se organizaron las listas en función de cómo

⁴ Del mapeo realizado por Unidad de Estudios Cooperativos – Servicio Central de Extensión y Actividades en el Medio – Universidad de la República (UEC-SCEAM-UdelaR) / Uruguay

estuvieron armados los equipos de estudiantes, descartando los grupos que no hubiesen aprobado el seminario.

Se solicitó a bedelía datos de un integrante del equipo con el cual se entabló comunicación por mail y teléfono. En el caso de no tener respuesta alguna se solicitó a bedelía los datos de otro integrante del equipo y así sucesivamente. Se asignó un plazo de 1 mes para que los equipos pudieran buscar y enviar los sellos al tiempo que se investigó en los almacenamientos propios de LDCV por los resultados y respaldos de SIP. Es necesario evidenciar que los sellos presentados en el anexo I sobre todo en el año 2013, no responden a la totalidad de la producción sino que corresponden a la respuesta recibida por parte de los estudiantes.

Cabe destacar que algunas de las propuestas designan “consumo responsable” como lema y el resto de las propuestas “economía social y solidaria” esto responde a las distintas aproximaciones y exploraciones que se realizaron en las experiencias de taller por parte de los estudiantes y a las diferencias internas del propio colectivo, expuestas anteriormente.

Una vez cumplido el plazo, el equipo de trabajo del Proyecto de Extensión Diseñar Solidario, realizó los criterios de evaluación a partir de los cuales se pre-seleccionó una cantidad de 6 posibles sellos.

2.4 Buscando el sello ideal

Es importante que el sello transmita la esencia de la ESS, de manera que se pueda asociar fácilmente a los valores de la misma.

Es deseable un alto nivel de pregnancia, de manera que sea siempre atractivo y recordable. A su vez, por su carácter de sello, debe poseer rasgos visuales capaces de convivir con las más diversas marcas, acompañarlas sin quitarles protagonismo.

Debe poder aplicarse en diferentes tamaños, superficies y técnicas previendo la variedad de soportes y situaciones de uso.

Es importante que el sello contemple la posibilidad de futuras adaptaciones o nuevos requerimientos que el colectivo de la ESS precise, sin perder por ello su esencia.

Debe ser perdurable, mantener vigencia en el tiempo y que no se asocie a una tendencia del momento, porque su identificación y reconocimiento por parte del público requiere tiempo y presencia.

El resultado de la pre-selección fue:



CAPÍTULO 3

3.1 Fieles al espíritu de ESS

Uno de los pilares dentro de la filosofía de ESS es la horizontalidad en los procesos de decisión. En tal sentido se entendió necesario como parte de la elección del sello involucrar a la comunidad en la toma de decisión evitando una directriz universidad-comunidad respecto de la imagen que debiera representar al colectivo. En tal sentido se diseñó una serie de soportes y formatos capaces de adaptarse a las características de la mayor cantidad de participantes del colectivo y personas afines que de una manera u otra se ven interesadas en la ESS.

Uno de los principales desafíos de la votación fue el acercar la posibilidad de participación a aquellas personas que se encuentran en localidades alejadas de la capital y que a su vez no son *alfabetos digitales*. Se elaboraron 2 mecanismos con 2 soportes de votación cada uno: los medios fueron digital e impresos. En los soportes digitales se empleó Factbook y web mientras que dentro de lo tangible se diseñó un librito de votación y se participó con un stand dentro de la carpa ESS durante una semana de marzo de 2016.

Cualquiera de los soportes tuvo como fin divulgar los valores de ESS y explicar la experiencia realizada por LDCV. Por lo que podemos reconocer 4 medios de visibilización de LDCV y ESS al tiempo que permitieron participar horizontalmente de la votación.

3.2 El Orden

Una vez definidos los sellos pre-seleccionados, se estudió cual sería el mejor orden de presentación para que su secuencia no condicionara la elección teniendo en cuenta el orden de aparición en los distintos soportes y a su vez teniendo especial cuidado en los soportes impresos que más allá de presentar una a una las propuestas al momento de votar se las disponía todas juntas en su tamaño mínimo de aplicación. En tal sentido se balanceó entre: verticales y horizontales; figurativos y abstractos; evitando además que aquellos con mayor peso visual se dispusieran en el inicio y el final para contrarrestar la tendencia ocular a fijarse en estos puntos. Siguiendo estas pautas se llegó al orden establecido para la votación:



3.3 Sistema de la votación

Digital - web

Se coordinó y se trabajó junto a Nicolás Torres de Servicio de Soporte Informático Webmaster FADU - Desarrollo Web para generar dentro de la web de facultad un espacio particular para este proyecto en el cual los interesados se pudieran registrar y votar.

A tales efectos se generaron los textos y el orden de los pasos a seguir por los votantes para que el Servicio de Soporte Informático pudiera generar la aplicación (ver Ficha 1), material que se brindó junto en imágenes formato .png de los 6 sellos pre seleccionados.

Ficha 1. Guión Web –Sistema de votación	
Texto introductorio:	Es importante la participación de la mayor cantidad de personas vinculadas a la Economía Social y Solidaria en la elección del sello, ya que será la imagen que los representará en el futuro como colectivo. A continuación se presenta una serie de campos que deberán ser rellenados para ayudarnos a garantizar una amplia cobertura. Además podremos mantener un vínculo a través del cual comunicarnos.
Datos a completar por los votantes:	Nombre y Apellido: Dirección: Departamento: Localidad: E-mail: Teléfono: Organización (en el caso que corresponda):
Explicación para la votación:	Se deberán marcar las dos opciones de sello elegidas. Es importante que sean dos para lograr un mayor consenso. El plazo para realizar la votación es el viernes 26 de febrero de 2016.
Texto una vez terminada enviada la votación:	Muchas gracias por formar parte de este proceso. Es importante la participación de la mayor cantidad de personas vinculadas a la Economía Social y Solidaria en la elección del sello ya que será la imagen gráfica que los representará en un futuro.

Funcionamiento:

- Los usuarios se debían registrar creando una cuenta, en ese momento debían OBLIGATORIAMENTE completar los datos personales.
- Cada usuario podía votar 1 sola vez y solamente 2 de las 6 opciones.
- No quedando vinculado quién votó que sello.



Fig. 1 captura de pantalla del 30/12/15: prueba preliminar en el proceso de ajuste de la aplicación.

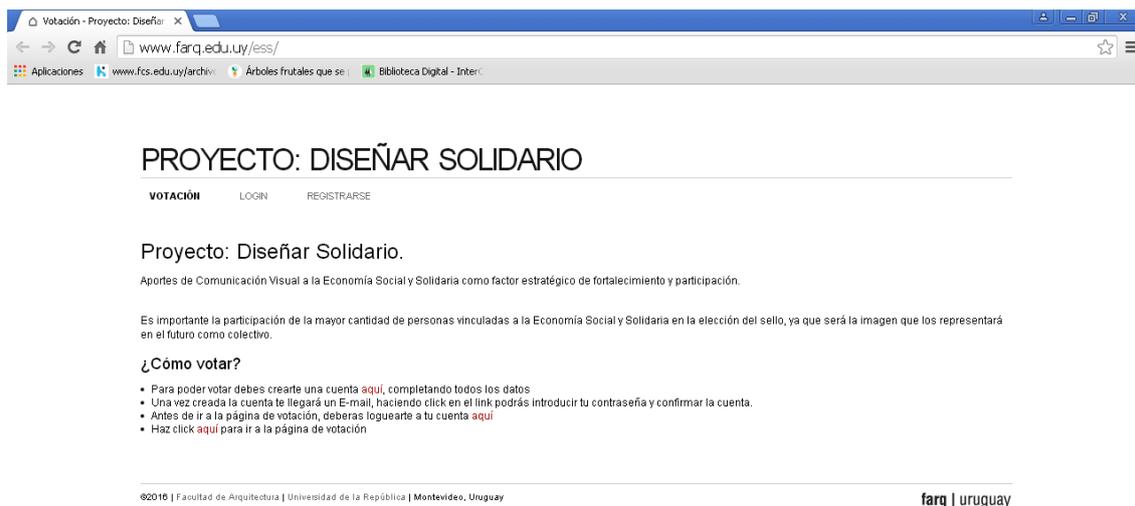


Fig. 2 captura de pantalla de la versión final donde se detalla el procedimiento de votación.

Este mecanismo de votación fue divulgado mediante e-mailings entre las redes de la ESS, particularmente las cadenas de la CNES y en el Centro de formación/documentación de Procesos Autogestionarios (Red Temática de Economía Social y Solidaria y Núcleo-Red Pensamiento crítico y sujetos colectivos en América Latina - Universidad de la República (UdelaR). También nos comunicamos telefónicamente con Mariela Fodde de la Unidad Economía del Ministerio de Desarrollo Social quien pidió se le enviara por mail el link a la votación.

Digital - Facebook

Dentro de la horizontalidad en la participación de la votación se decidió incluir a los estudiantes y docentes que participaron del proceso así como a estudiantes, que sin haber participado directamente, pudieron conocer la Filosofía de ESS, interiorizarse con sus objetivos y participar libremente de la elección. Para ello se generó desde el proyecto una Fan Page de Facebook, donde se explicó la experiencia, la importancia de participar de la votación y se cargaron como imágenes los 6 sellos pre seleccionados, las personas votaban dando “likes” a los dos sellos que entendieran más apropiados.

Impreso

Librillo

Como se mencionara anteriormente, uno de los principales desafíos de la votación fue el acercar la posibilidad de participación a aquellas personas que son *analfabetos digitales* diseñando un dispositivo al que se le denominó Librillo de Votación. En base a los resultados arrojados por el mapeo realizado por UEC (Anexo II resultados del mapeo) y el funcionamiento de redes de EcoSol el librillo se distribuyó a distintos referentes locales en todo el país a través del Correo Nacional (ver tabla 1: Distribución de Librillos de Votación). Cada referente recibía en un sobre una carta de presentación donde explicaba el proyecto (Anexo III carta de presentación), la propuesta, y un modo de devolución de los librillos con los resultados. Cada librillo podía ser utilizado por hasta 24 personas con una modalidad itinerante. En función de la cantidad de integrantes del colectivo vinculado a ese referente según los datos del mapeo, se estimó la cantidad de librillos enviados (los cuales oscilaron entre 1 y 5 unidades)

En la Ficha 2: Librillo de Votación – Sistema de votación, se puede analizar una triple función del soporte: divulgación, educación y votación, que se van manifestando en las cuatro partes en que podemos subdividir el material. Por ejemplo, en la parte 1 “Presentación de la experiencia” se deja constancia de los antecedentes del proyecto y la experiencia desarrollada por estudiantes del SIP en los últimos tres años al tiempo que se define un identificador gráfico y se da cuenta de los beneficios de utilizar un sello. Mientras que en la última página la elección de una imprenta recuperada ayuda a

divulgar los valores de ESS desde la existencia del propio material impreso y la numeración de los librillos permite el futuro seguimiento de la votación.

En la Ficha 2: Librillo de Votación – Sistema de votación		
Parte	Descripción del contenido	Función
1. Presentación de la experiencia. Páginas 2 a 4	Se presenta al proyecto de Extensión de LDCV, se establecen vías de contacto y se la experiencia realizada y la importancia de participar de esta votación. Y se manifiestan los criterios elaborados por el Equipo respecto de las características que debe cumplir un sello.	-Divulgación -Educación
2. Presentación de los Sellos Páginas 5 a 10	Se representan los 6 sellos, cada uno de ellos posee una descripción, su aplicación convencional, su aplicación en tamaño mínimo especificando sus medidas y en caso de tenerlo una segunda versión que -dependiendo el caso- puede ser cromática o formato de aplicación, de abreviación en iniciales. Además se acompaña cada sello con un análisis de las ventajas y desventajas de la propuesta en función de los criterios antes presentados.	-Educación
3. Votación Páginas 11 a 15	Se establece el funcionamiento de la votación, se pide a cada participante que indique: nombre, dirección, teléfono, organización y marque los dos sellos que entienda más representativos de ESS. También se solicita la identificación de la figura de un “referente local” entendiéndose que el receptor de la carta puede derivar a otra persona la tarea de distribuir el librillo. Se especifica que el librillo deberá volver a LDCV cuando: el muestrario esté lleno, no haya más participantes en la localidad o se cumpla el plazo definido para la votación. Seguidamente aparecen 24 cuadros que permiten llenar los datos antes mencionados e incluyen la aplicación de los 6 sellos para marcar a modo de votación.	-Votación
Pié de imprenta Página 16	En concordancia con la ESS se realizó la impresión de los librillos de votación en una imprenta recuperada: Cooperativa de Trabajo del Ejido. Junto con los datos de la imprenta aparece un número, se previó que cada uno de los 200 librillos impresos estuviera numerado y se mantuvo un registro del destino de cada librillo a modo de poder hacer un seguimiento y un control del retorno de los ejemplares.	-Divulgación -Votación

El 28 de Enero recibimos una invitación a participar de los “TALLERES ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA – ATLÁNTIDA 2016” El objetivo de estos talleres era sensibilizar a emprendedores/as y público interesado, en los principios y contenidos de la Economía Social y Solidaria en nuestro país. El Consumo Responsable fue el eje temático que atravesó todos los talleres implementados.

Los mismos se llevaron a cabo los días sábados de enero y febrero de 2016 en el horario de 16 a 18 hs en la Sala de Actos (primer piso) del Municipio de Atlántida (Roger Balet c/República de Chile). Se decidió participar en el taller del 6 de febrero “Comercialización: Estrategias de difusión.” Parte del Equipo de Extensión participó de la actividad y contó la experiencia generada, el proyecto en si y la importancia de elegir un sello se distribuyeron librillos; al tiempo que se intercambiaron perspectivas del tema con los 12 asistentes.

A pesar de recibir elogios y sentido interés por la propuesta y su peculiar modalidad, a estas alturas ya se comenzaba a asumir que el sistema de recopilación de votos a través de los librillos sería bajo, como se puede visualizar en la Tabla 1. Distribución de Librillos de Votación.

Tabla 1. Distribución de Librillos de Votación							
Organización de pertenencia según Mapeo	Emprendimiento	Nombre y Apellido	Cargo/ Responsabilidad	Localidad	Cant. de librillos	Nº librillos	forma de envío
CES	coordinadora economía solidaria uruguay	hair fonseca	secretario	salinas	3	53, 54, 55	correo nacional
AGROECOLOGIA	red de agroecologia regional minas	hugo vazquez	integrante del comité de ética y calidad	minas	1	56	correo nacional
AGROECOLOGIA	red de agroecologia regional sauce santoral	paul bennett	coordinador	sauce	1	57	correo nacional
AGROECOLOGIA	regional oeste agroecologia	martin aguilar	socio	colonia valdense	1	58	correo nacional
AGROECOLOGIA	red de agroecologia del uruguay.	alberto gomez	coordinador	Montevideo	1	59	correo nacional
SEMILLAS	red de semillas	silvana machado	técnico	Montevideo	1	60	correo nacional
CNFR	comision nacional de fomento rural - cnfr	gustavo cabrera	responsable del area de promocion y desarrollo	canelones	6	62, 63, 64, 65, 66, 67	correo nacional
AMRU	asociacion de mujeres rurales del uruguay - amru	yanella bellsterli	presidente	Escilda Paulier	2	61, 68	correo nacional
AUDA	asociacion uruguaya de artesanos - auda	nancy lopez	directivo	Montevideo Peñarol	6	69, 70, 71, 72, 73, 74	correo nacional
CUDECOOP	confederación uruguaya de entidades cooperativas	gabriel isola	coordinador	Montevideo	2	75, 76	correo nacional
CUDECOOP	cooperativas afriarías federadas - caf	luis frachia	gerente genral	barra de carrasco	2	77, 78	correo nacional
CUDECOOP	camara uruguaya de de cooperativas de ahorro y crédito de capitalizacion, cucacc	german gorga	presidente	Montevideo la unión	2	79, 80	correo nacional
CUDECOOP	cooperativas nacionales financieras aliadas en red - confiar	anna long	secretaria administrativa	Montevideo	1	91	correo nacional
CUDECOOP	federacion de cooperativas de produccion del uruguy - fcpu	juan correa	secretario general	barros blancos	3	83, 84, 85	correo nacional
CUDECOOP	Federación de Cooperativas de Vivienda (FECovi)	Elvira Gonzales	técnico	brazo oriental	1	82	correo nacional
CUDECOOP	federacion de cooperativas de ayuda mutua - fucvam	fernando zeroni	secretario general	Montevideo	1	96	correo nacional
CUDECOOP	federacion uruguaya de cooperativas de consumo - fucc	jorge cartagena	secretaria ejecutiva	Montevideo	3	86,87,88	correo nacional

CUDECOOP	federacion de cooperativas de ahorro y credito - fecoac	carlos francolino	secretario	Montevideo	1	81	correo nacional
CUDECOOP	mesa intercooperativa de salto	doris correa	tecnico	salto	2	92,93	correo nacional
CUDECOOP	mesa intercooperativa de paysandu	milka heimen	participante	Paysandú ciudad	2	89, 90	correo nacional
CUDECOOP	mesa intercooperativa de rio negro	alberto r. pierotti		fray bentos	2	98,97	correo nacional
CUDECOOP	mesa intercooperativa de florida	omar ryner	tecnico	florida	2	94,95	correo nacional
ANERT	Cooperativa de trabajadores del Emprendimiento popular alimentario	Cristina Ricci		Las Piedras	2	031, 032	correo nacional
ANERT	Cooperativa de trabajo Américo Caorsi	Richard Paula	encargado	Tacuarembó	2	029, 030	correo nacional
ANERT	cooperativa trabajadores molino santa rosa	carlos reyes		santa rosa	2	027, 028	correo nacional
ANERT		jonhy diaz		paraje agua salto	3	024, 025, 026	correo nacional
ANERT	cooperativa de trabajo fuente salto	johnny solahegui	secretario	Juan lacase	2	22,023	correo nacional
ANERT	almacén de Cooperativa de trabajadores de Paysandú	Miguel Sabaño	vocal	Paysandú	3	019, 020, 021	correo nacional
ANERT	Moda Chic	Fernando Spinoglio		Montevideo centro	1	18	correo nacional
ANERT	URUVEN	Heber Loustao	vocal	Montevideo Paso Molino	1	17	correo nacional
ANERT	Industria Gráfica Cooperativa	José Rocha		Montevideo Jasinto Vera	2	015, 016	correo nacional
ANERT	FUNSA Uruguay (coop 7 de setiembre)	Mario Massaferrero	directivo	Montevideo villa española	2	013, 014	correo nacional
ANERT	CTC Olmos	luis gonzalez		Pando	2	011, 012	correo nacional
ANERT	COMMSA	Karina Marichal	Administrador	Montevideo Las Acacias	1	10	correo nacional
ANERT	Urutransfor	Marcela Bou		Montevideo Atahualpa	1	9	correo nacional
ANERT	Cooperativa de trabajo compañero Julio Diaz	juan cedres	presidente	Montevideo cerro	1	4	correo nacional
ANERT	Termas del Daymán	Heber Pertuzatti	presidente	Salto	4	005, 006, 007, 008	correo nacional
ANERT	La Diaria	Pablo Tate	Consejo directivo	Montevideo ciudad vieja	3	002, 001, 003	correo nacional
Intendencia de Montevideo	Unidad PYMES			Montevideo	3	100, 101, 102	entrega directa
Mercado de los artesanos	directorio			Montevideo	5	106, 107, 108, 109, 110	entrega directa
Local de ESS	Ecosol			Montevideo	3	103, 104, 105	entrega directa
CNES		Helena Almitrati	coordinador	Montevideo	2	115, 033	entrega directa

	precio justo	Zulma Perdomo		Montevideo	2	111, 130	entrega directa
URUSUR	cooperativa de pescadores			Rocha	1	112	entrega directa
ANERT	Cooperativa el aguila			Florida	1	114	entrega directa
ANERT	Retos al Sur				1	113	entrega directa
UDELAR - Facultad de Derecho	Red Temática de Economía Social y Solidaria	Pablo guerra	delegado	Montevideo	3	129, 128, 127	entrega directa
	Eco Tienda			Montevideo	2	119, 118	entrega directa
	Consejo Canario de Economía Solidaria	Cesar Fortes		canelones	2	36, 37, 38	entrega directa
Udelar -UEC	SCEAM	Milton Torrelli		Montevideo	3	52, 51, 50	entrega directa
	Valle Eden	Miguel Faoz		Tacuarembó	1	132	correo nacional

Los casilleros marcados con bordó muestran los librillos que regresaron por errores en la dirección postal del registro de UEC, los gris claro muestran los librillos que regresaron pero que no presentan votaciones internas, mientras que los casilleros marcados en gris oscuro muestran los librillos que retornaron con votaciones registradas.

Impreso - Stand

A mediados de febrero de 2016 se concretó la compra de la carpa por parte del colectivo y la organización de una feria que funcionaría desde 3 al 10 de marzo de 10 a 20 horas en la Explanada de la Intendencia de Montevideo con un costo de participación de \$2.000 el cual serviría para terminar de pagar la compra de la estructura.

Es así que se decidió participar con un dispositivo nuevo de votación tangible presentado en modalidad de Stand con paneles que expliquen la experiencia y las características de los distintos sellos y planillas que permitan a los interesados colocar sus datos. A diferencia de los librillos en esta ocasión solo se solicitó: nombre y organización.



Fig. 3 Carpa de ESS del 3 al 10 de marzo de 10 a 20 horas – Explanada de la IM



Fig 4. El stand contó con 2 banners explicativos, planillas de votación y libritos (ambos con paneles llamativos) y una banda enmarcando el área para la votación.



Fig 5. En este caso la votación se registró en planillas tamaño A3 enrolladas.

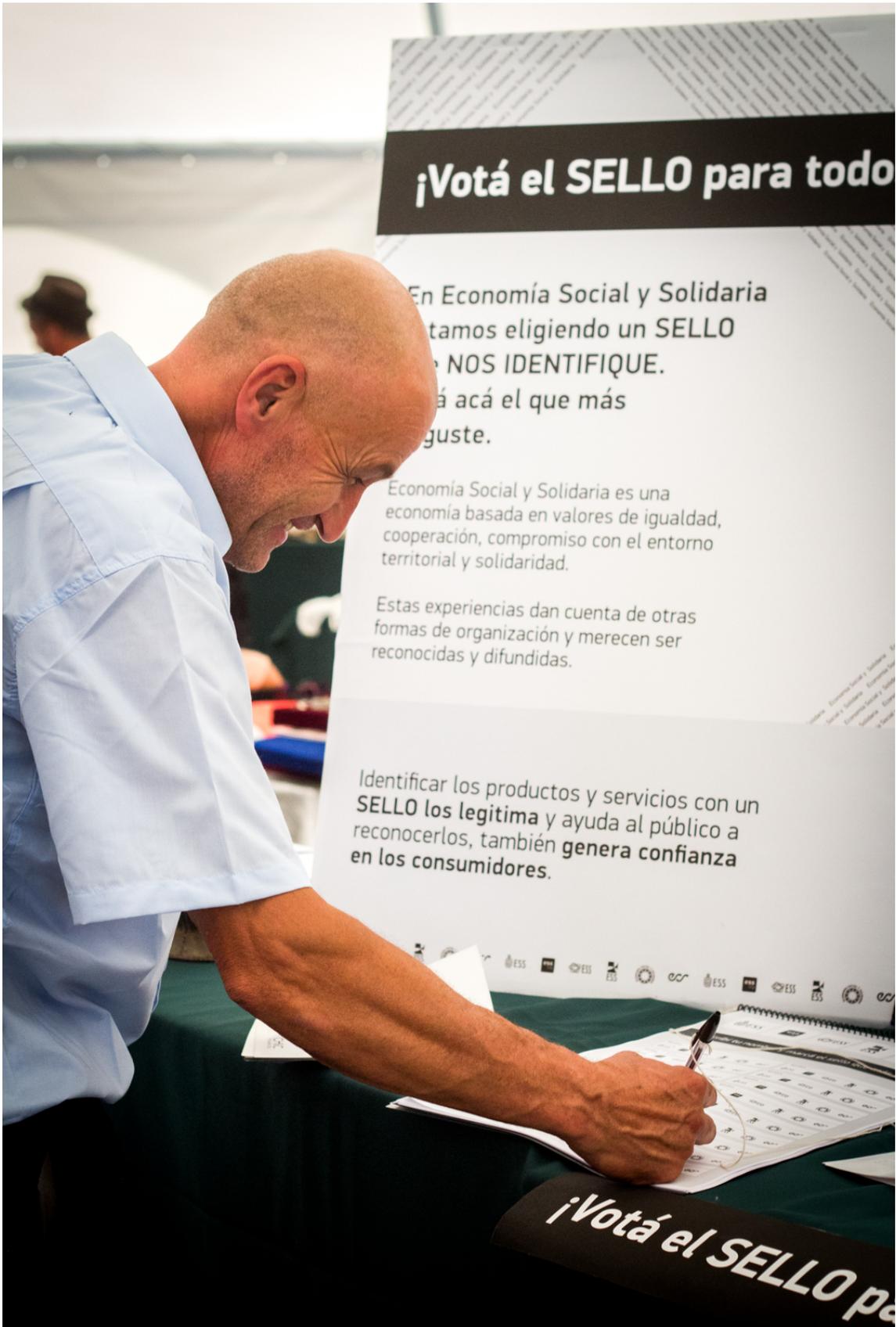


Fig 6. Público participando de la votación

3.4 Alcance y Resultado de la Votación

Web

Por medio de este dispositivo votaron: 12 personas

Público: público general.

Evaluación: se esperaba una mayor participación a pesar del reconocimiento de la dificultad del soporte en una audiencia con bajo uso de medios digitales. Debió sumarse la dificultad del mecanismo de votación que resultaba engorroso, al tener que registrarse, esperar un mail de confirmación, acceder y cambiar una clave para luego volver a registrarse y poder votar. Este procedimiento fue discutido con el Servicio de Soporte de Informática sin lograr llegar a una solución razonable que facilitara el uso y a su vez permitiera un control en la votación que garantizara un voto por usuario. El cambio ilustrado por las Fig 1 y Fig2 donde en la última se incorpora un pondeo de los pasos a seguir intentó –sin éxitos aparentes- minimizar esta dificultad.

Facebook

Por medio de este dispositivo votaron: 83 personas

Público: personas vinculadas a FADU, principalmente estudiantes y docentes protagonistas de SIP en los años 2012 a 2015.

Evaluación: la participación fue importante, superando las expectativas. El funcionamiento era sencillo y el medio de uso frecuente para la audiencia.

Librillo de votación

Por medio de este dispositivo votaron: 92 personas

Público: productores, representantes locales, organizaciones vinculadas al sector y referentes de ESS.

Evaluación: la participación fue importante en los librillos retornados, sin embargo se constató que la base de datos suministrada por UEC poseía una cierta inconsistencias, algunos librillos enviados a los referentes locales fueron devueltos por el correo por no existir la dirección, no corresponder a la persona o institución etc. La mayor parte del retorno de los librillos sucedió a partir de la gestión y recopilación del Equipo del Proyecto de Extensión Diseñar Solidario.

Algunas de las organizaciones a las que se envió los librillos no participaron por no considerarse dentro del colectivo, en este sentido es de destacar a la Asociación del Mercado de Artesanos, que nuclear a más de 100 artesanos en una organización autogestionada de venta. En este caso se envió carta, se mantuvo una reunión con la presidenta a la cual se le entregó 5 librillos más en mano y se le explicó el funcionamiento y el por qué considerábamos que debían participar, luego del plazo para la votación se concurrimos personalmente a retirar los librillos (que estaban vacíos) y la presidenta nos dijo que “ellos no tienen nada que ver con esto”. Consideramos que hubiese sido más fructífero ir personalmente en distintos turnos y hablar cara a cara con los artesanos que atienden los dos locales del Mercado de los Artesano.

De los 200 librillos impresos se distribuyeron 107 y retornaron 17 con un promedio de 6 participantes por librillo, y con unos umbrales de 1 participante en el caso del librillo N° 132 y 11 participantes en los librillos N° 097 y 101.

De los 90 librillos que fueron distribuidos pero no regresaron no se pudo hacer el seguimiento librillo a librillo por falta de recursos humanos. A pesar de ello, el fin de divulgación y educación respecto de identificadores gráficos y relevancia del uso de un sello, que posee el material requiere reconocer el esfuerzo como un alcance en los objetivos propuestos más allá de la función concreta de votación.

Stand

Por medio de este dispositivo votaron: 336 personas

Público: productores, comercializadores, consumidores y público general interesado en ESS

Evaluación: altamente positivo, el stand no requirió de personal para ser atendido, los paneles y banners lograron explicar la experiencia realizada por LDCV, la importancia de contar con un sello por parte del colectivo, la dinámica de votación y las características de los distintos sellos. Cumpliendo nuevamente de esta manera, con las tres funciones: divulgación, evaluación y votación.

A continuación se presentan las tablas “Soporte de votación en función de participantes y costos” y “Resultados de la votación por sello en función de los diferentes soportes” donde podemos visualizar las personas que participaron de la votación y los costos y los resultados por sello de cada soporte. Debemos tener en cuenta que no se está reflejando el valor educativo ni el alcance de divulgación de ninguno de los soportes.

Soporte	Personas	Costo directo	Costo indirecto
Web	12	-	Horas del Servicio
Facebook	83	-	-
Librillo votación	92	Impresión del librillo \$13.600 Envíos por correo \$5.790	-
Stand	336	Costo stand \$2000	Costo impresiones \$1500 (por EFI)

						
Web	5	5	3	0	10	1
Facebook	29	2	30	3	11	8
Librillos	49	4	52	12	24	7
Stand	103	17	111	21	57	27
Total	186	28	196	36	102	43

3.5 Sello ganador - Manual de uso

Con el resultado del sello seleccionado colectivamente se trabajó en el desarrollo de un manual de uso resultando en un producto concreto del Proyecto el cual se adjunta como pieza, a continuación se detalla el guión y la estructura manejada en el manual.

Ficha 3. Guión Manual de Uso –Sello seleccionado	
Texto introductorio:	<p>La 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.” economiasolidaria.org.uy</p> <p>Nuestros productos conllevan un esfuerzo y modo de producción que los diferencia y los destaca (del modelo capitalista. Formamos parte una economía basada en valores de igualdad, cooperación, compromiso con el entorno territorial y solidaridad que permiten vislumbrar alternativas económicas, sociales y culturales a partir de sus iniciativas de comercio justo, finanzas éticas, de sustentabilidad ecológica entre otras. Estas experiencias dan cuenta de otras formas de organización y merecen ser reconocidas y difundidas.</p> <p>Este sello fue el resultado de la votación de personas comprometidas con la filosofía de la Economía Social y Solidaria. Es uno de los seis sellos seleccionados que pasaron por una instancia de pre-selección, diseñados por estudiantes de la</p>

	<p>Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de UdelaR. Es una representación visual de nuestros valores; formó parte de un proceso de tres años de trabajo entre alumnos y profesores de Seminario de producto. El interés en el tema desembocó en un proyecto de extensión integrado por alumnos y docentes que implica la implementación del sello para generar la identidad de nuestra filosofía.</p>	
Presentación del sello seleccionado colectivamente:	<p>Transmite la esencia de la ESS, se asocia fácilmente a los valores de la misma. El sello se representa la integración y el conjunto. Es resistente ya que posee una versión para cada ocasión de uso, Es un sello de rápida asociación por diferentes públicos. Se diferencia de la imagen de otras instituciones. Es un sello que fácilmente convive con las demás marcas de ESS. Tiene un alto nivel de pregnancia, de manera que es atractivo y recordable. A su vez por su carácter de sello, posee rasgos visuales capaces de convivir con nuestras marcas, las acompaña sin quitarles protagonismo. Puede aplicarse en diferentes tamaños, superficies y técnicas y de esta manera prevé la variedad de soportes y situaciones de uso.</p> <p>Este sello contempla la posibilidad de futuras adaptaciones o nuevos requerimientos que el colectivo de la ESS precise, sin perder por ello su esencia. Es perdurable, capaz de mantener vigencia en el tiempo sin estar asociado a una tendencia del momento. De esta manera facilita su identificación y reconocimiento por parte del público, ya que esto requerirá tiempo y presencia.</p>	
Por qué usarlo	<p>Identificar nuestros productos y servicios con un sello nos posiciona en otro nivel de mercado. Es decir, permite que se evidencien los principios de la ESS; al legitimarlos bajo un mismo sello se ayuda al público a identificarlos con mayor facilidad y también genera confianza en los consumidores. Los productos y servicios que actualmente son heterogéneos y difíciles de agrupar, al presentar el sello, se reúnen y se reconocen en el universo de la ESS, ganando fuerza y visibilizando los valores de esta política, apoyados en el concepto de dos es más que uno más uno.</p> <p>Elegimos este sello mediante una votación y nos representa como conjunto. El hecho de usar el sello como identificador de la ESS es una forma de celebrar la difusión de su significado y de sus valores, generando un cambio cultural, de miras a aumentar la sensibilidad de diversas organizaciones, de la sociedad civil, y de las autoridades públicas</p>	
Modo de uso	<p>Este manual cumple el rol de definir las condiciones de uso del sello, para generar unidad visual en el mensaje. Su correcto uso permitirá una comunicación visual eficiente y coherente, facilitará su reconocimiento y esto contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo que necesitan todos nuestros productos y servicios.</p> <p>Es un trabajo en equipo, en el que todos participamos, para que a través del sello esta filosofía sea reconocida, valorada y respetada.</p>	
Sello	Grilla	El sello está construido sobre la base de una grilla imaginaria que debe de respetarse.
	Área de resguardo	Para asegurar la visibilidad del sello debemos dejar un espacio vacío con respecto al resto de los elementos que lo acompañen
	Tamaño mínimo	No conviene que el sello mida menos que ... cm de ancho, para que se siga leyendo correctamente. Es deseable que la aplicación mínima del sello no sea menor a la de ... de ancho para conservar su legibilidad. Si de todas maneras necesitamos colocar el sello a menos de ... de ancho se recomienda utilizar la versión 2 sin que sea menor a los ... de ancho.
	Técnica	Si el sello se va a emplear a través de una técnica con poca definición o bordes poco precisos (ej.: bordados, golpe seco, grabado, etc.) usemos la versión 2 con un tamaño no menor a ... ya que de lo contrario se correría el riesgo de que quede desprolijo.
	Aplicaciones sobre color.	El color del sello es el negro, por lo que no presenta problema al aplicarse en fondos claros o blancos, pero en el caso de que el fondo sea oscuro lo tendremos que usar en blanco.
	Uso incorrecto	No debemos estirarlo Deformarlo

		Cambiarlo de color Aplicarlo sobre otro texto o imágenes Usarlo demasiado pequeño Usarlo demasiado grande Cualquiera de estas alteraciones atentaría contra el reconocimiento de la imagen que queremos construir.
	Uso correcto	Siempre que se pueda debemos colocar el sello abajo a la derecha o centrado en relación al resto de los elementos. Si todos usamos el sello en el mismo lugar vamos a lograr que la gente nos reconozca más rápido. A continuación se muestran algunos ejemplos del uso correcto del sello
	Aplicaciones	Estas aplicaciones dan cuenta de la convivencia del sello con otras marcas pertenecientes a la ESS

Respecto del Librillo de votación, el manual cambia la redacción y se expresa desde la primera persona del plural como forma de reforzar la decisión colectiva del uso del sello donde el interlocutor se convierte en “uno de nosotros” que propone horizontalmente, que convence sin marcar una distancia, como podemos observar en el apartado **Por qué usarlo**: “Identificar nuestros productos y servicios con un sello nos posiciona en otro nivel de mercado (...)Elegimos este sello mediante una votación y nos representa como conjunto”

Otra de las particularidades tenidas en cuenta en la elaboración del manual fue el hecho de no utilizar ninguna marca del colectivo en la parte de **Aplicaciones** donde se muestran usos y convivencias del sello con otros identificadores gráficos. A tales efectos se generaron dos marcas ficticias, una representando a una cooperativa y otra simulando un emprendimiento unipersonal. Contemplando de esta forma a aquellos integrantes de ESS que en una retroalimentación con el manual pueden sentirse identificados. Se busca generar un sentido de identificación en el co-enunciador atendiendo la diversidad de escalas y formatos de organización del colectivo ESS.

Con el sello definido y el Manual de Uso elaborado, se trabajará junto con el Seminario Taller de Publicidad de la Facultad de Información y Comunicación, con el fin de realizar la estrategia de comunicación para la implementación del sello de ESS.

Capítulo 4

4.1 Local comercial Ecosol

Así como durante el período comprendido entre 2012 y 2014 el Seminario Interdisciplinario de Producto (SIP) trabajó en la generación del Sello identificador de la ESS, en el 2015 y como parte de la vinculación entre el grado y la extensión en concordancia con lo planteado en este proyecto, se decidió trabajar sobre los puntos de comercialización de los productos de ESS. Específicamente el local comercial que posee el colectivo en ciudad vieja y la participación en ferias tanto organizadas por el colectivo como en ferias organizadas por terceros.

Dentro de los objetivos estables del SIP se encuentran:

- Analizar en profundidad las características proyectuales implicadas en un trabajo de extensión
- 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.
- 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.

Los objetivos particulares que se le sumaron en 2015 para trabajar articuladamente con el presente proyecto fueron:

- Analizar en profundidad las características proyectuales implicadas en: el diseño de Puntos de venta, específicamente aquellas que constituyen la imagen de marca, que en este caso se reconocen como sello.
- Planificar estrategias de comunicación que fortalezcan los objetivos de la de Economía Social y Solidaria, particularmente en la visibilidad del local comercial y en la comunicación de ferias como espacios de comercialización.
- Introducir en el proyecto de instalaciones comerciales, integrando aspectos programáticos, equipamientos y el proyecto de una imagen visual y comercial.

Para ello se convocó a dos diseñadoras de comunicación y al equipo docente de la materia opcional de FADU Instalaciones Comerciales, cuyo responsable es Arq. Antonio del Castillo

4.2 La Feria como Instalación Comercial

La participación en ferias es un rasgo característico de ESS, tanto integrando el circuito de ferias entorno al calendario de eventos turístico-culturales anuales del Uruguay: semana de la cerveza, la semana criolla, patria gaucha, la rural del prado, entre otros; eventos organizados en torno a las fiestas de diciembre, así como la promoción de eventos propios aprovechando momentos y lugares específicos como en enero en Atlántida y en octubre en el marco de los seminarios desarrollados por UDELAR respecto del tema ESS.

Tan relevante es para los productores de ESS la generación de sus propias ferias que en el 2015 planificaron la financiación y compra de una carpa propia, costo principal en la organización de este tipo de eventos. La compra de la carpa sucedió en paralelo con el desarrollo del presente proyecto, sin embargo en la reunión mantenida con Helena Almirati en mayo de 2015 se confirma la voluntad de

dicha adquisición y se solicita incorporar en el SIP el tema de estrategia de difusión y organización de eventos llevados adelante por ESS a partir de la incorporación de la carpa. También se plantea la intención de trabajar en el diseño visual de la carpa como soporte mismo de comunicación. En marzo de 2016 se concreta la compra de la carpa y la organización de la feria en la explanada de la Intendencia de Montevideo en la que participamos dentro del marco de este proyecto (ver página 14 a 20 del informe)

Con respecto al diseño gráfico aplicado a la carpa, se presentó un proyecto a *Proyectos de Innovación Social* de la ANII, a junto con EUCD y la coordinadora de ESS en busca de financiación a modo de atender este pendiente el cual posee un particular interés en el sector.

4.3 Articulación Proyecto Diseñar Solidario / SIP 2015

El objetivo de generar una actitud crítica y reflexiva en profesionales comprometidos con la realidad sociocultural en la que se encuentran inmersos, se vuelve más asequible al vincular la investigación y la teoría en el estudio de casos reales. La Extensión desde el aula admite abordar experiencias concretas de intervención, permite el aporte de soluciones y diagnósticos específicos, la transferencia y capacitación de conocimientos concretos. La Investigación nos brinda el relevo de situaciones de contexto e historicidad, trabajar en programas de necesidades, el registro y análisis de atributos identitarios y discursivos y el estudio de condiciones de producción por fuera de la idealización o la tranquilidad aportada por la simulación. La vinculación de estas dos dimensiones habilitan a una educación donde se trabaja en soluciones proyectuales integrales, a construir conocimiento colectivo, a generar experiencias de formación interdisciplinarias y por supuesto, colaboran con el desarrollo de metodologías de investigación y de proyecto. Pero a su vez, desde un punto de vista pedagógico, la formación se enriquece, resultando más estimulante ya que permite evidencia los objetivos del curso, ayuda a visualizar las diferencias que surgen entre el método de trabajo y su aplicación y admite desarrollar habilidades interpersonales y de relacionamiento más amplias.

La elección de este tema de trabajo, desde la órbita del estudiante, desmantela el consenso creado acerca de la "inevitabilidad" de la situación económica. Pone en crisis el discurso hegemónico aumentando la capacidad de crítica. Permite valorar el intercambio, poder opinar, entender un contexto más amplio y escuchar otra realidad. Además nos hace entendernos como consumidores y replantearnos decisiones que damos por "naturales".

Desde SIP la participación de CNES es a través de visitas expositivas y evaluación de resultados. Paralelamente los integrantes de ESS participan del taller integrándose con los estudiantes en distintos equipos de trabajo. El Seminario incluye la figura de *Docente Invitado* y de esta manera se convocan a docentes de otras disciplinas de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo así como Facultad de Información y Comunicación y a profesionales que sin ser docentes participan como asesores en diferentes temáticas.

4.4 Articulación Proyecto Diseñar Solidario / 100 años FARQ

A su vez, en el 2015 se vinculó a SIP con la asignatura opcional Instalaciones Comerciales, para trabajar desde el grado temas relacionados al análisis del "ADN" de un producto o servicio, su identidad y sus fortalezas, para darlo a conocer especialmente en el encuentro con el consumidor; con los elementos que intervienen en un espacio comercial; organización de los recorridos y las exhibiciones de productos diversos y comunicación visual aplicada al entorno. En esta oportunidad se invitó a integrantes de ESS a participar del taller, vinculándose con los estudiantes en distintos equipos de trabajo. Esta posibilidad se enmarcó en *100 intervenciones X 100 espacios* organizada por los 100 años de la antigua Facultad de Arquitectura programando el cronograma de tal forma que incluya además el sábado del patrimonio, abriendo de esta manera las puertas del seminario a todo público.

La intención de incluir productores dentro de los grupos de SIP tiene el objetivo de desarrollar en los estudiantes el concepto de co-diseño al tiempo que trabaja sobre la concepción del rol y la

responsabilidad del diseñador de comunicación visual en proyectos que favorecen 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 especialmente de gestión participativa, esta última abordada desde la propia proyección metodológica. A los emprendedores, a demás de la vinculación quisiéramos brindar, experiencias directas en el análisis de problemas concretos y posibles soluciones de comunicación de sus productos y servicios en el proceso de comercialización.

4.5 Invitación

Para la vinculación de productores de ESS con estudiantes de SIP se realizó una convocatoria a través de e-mailings en las bases de datos de las redes de la ESS, particularmente las cadenas de la CNES y en el Centro de formación/documentación de Procesos Autogestionarios (Red Temática de Economía Social y Solidaria y Núcleo-Red Pensamiento crítico y sujetos colectivos en América Latina - Universidad de la República (UdelaR) y llevando invitaciones impresas al propio Local de Ecosol.

La comunicación se presentaba con el siguiente texto:

Ficha 4. convocatoria SIP – Instalaciones Comerciales	
Texto:	<p>Por medio de la presente queremos invitar a participar del Seminario de instalaciones comerciales // SIP 2015, a integrantes de la Economía Social y Solidaria, interesados en el tema de exhibición y comercialización de productos.</p> <p>Desde el Seminario Interdisciplinario de Producto de la Licenciatura en Diseño de Comunicación Visual de la Facultad de Arquitectura UDELAR estamos organizando el seminario- taller: Instalaciones Comerciales. Donde se abordarán los siguientes temas: ¿Cómo analizar el "ADN" de mi producto o servicio, su identidad y sus fortalezas, para darlo a conocer espacialmente en el encuentro con el consumidor? ¿Qué elementos intervienen en un espacio comercial? ¿Cómo organizar los recorridos y las exhibiciones de productos diversos?</p>
Cronograma:	<p>Sábado 10 de octubre de 9 a 12 y de 13 a 16h Sábado 17 de octubre de 9 a 12 y de 13 a 16h Sábado 31 de octubre de 9 a 12 y de 13 a 16h Salón 21A de la Facultad de Arquitectura: Br. Artigas 1031</p>
Inscripciones	<p>Las y los interesados deberán mandar un correo electrónico a ldcv@farq.edu.uy con el asunto: seminario de instalaciones comerciales y detallar en el cuerpo del correo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -nombre completo -cooperativa que integra (si corresponde): -¿está vinculado a alguna red de productores de la economía social? ¿cuál? -teléfono y celular de contacto -descripción del o los productos desarrollados -lugares donde se comercializan actualmente estos productos (si son en ferias, detallar en cuales) <p>La inscripción es libre y gratuita, los cupos son limitados y el plazo para la inscripción vence el martes 6 de octubre</p>

4.6 Contenidos de la Experiencia

En esta oportunidad se trabajó sobre la base de los sellos desarrollados años anteriores para ESS profundizando en el diseño del punto de venta, incluyendo local comercial, ferias con especial atención a la adquisición de la carpa y exhibidores para mostrador y puntos de venta ajenos a los propios.

El organigrama de SIP se desarrolló de la siguiente manera:

Módulo 01 Introducción (1 jornadas)

Lanzamiento del ejercicio. Mesa de Economía Social y Solidaria, desarrollo de Brief y organización del tiempo y los objetivos de trabajo.

Se destinase a diagnóstico y recopilación de información. Es decir generar los insumos para poder desarrollar luego el Brief.

Se proporcionó lectura relativa a ESS y a proyectos universitarios que han trabajado en esta línea.

Se recibió a Helena Almirati quien explicó las principales necesidades del colectivo y trajo una muestra de productos diverso que pusieron de manifiesto lo heterogeneo del universo de ESS, desde productos cosméticos de cuidado personal, pasando por ropa hasta juguetes generados colectivamente por un grupo de artesanos que manejan materiales y técnicas distintas pero que se organizaron para crear un nuevo producto.

Módulo 02 Estrategia de Comunicación (dos jornadas)

Fase 1- Desarrollo de Brief

-¿Qué tipo de Institución ESS?

¿Qué hace? ¿Por qué se hace? ¿Qué necesidad cubre? Antecedentes históricos.

-Situación actual y real de la Institución y la marca.

Imagen de marca e imagen de marca ideal.

¿Tiene marca? ¿Cómo firma? Como para el momento en el que se realizo esta experiencia la votacion del sello no abia finalizado se le entrego a los estudiantes la pre selección de los sellos y se les soliito que eligieran uno a partir del cual trabajar.

-Posibles problemas. Los posibles problemas de comunicación que puede tener la empresa.

-Mercado total.

Instituciones similares. Como esta compuesto el mercado total y la competencia directa e indirecta.

-Posicionamiento.

¿Qué lugar ocupa respecto a otras instituciones de su tipo?

-Público objetivo. ¿Con quién se comunica? ¿Cual es su público?

-Actividades que realiza. Ventajas diferenciales.

-Flujo comunicacional. (contacto con la sociedad).

¿Cada cuánto se comunica y de qué forma? Materiales que usa

-¿Qué lenguaje maneja? (comercial, publicitario, institucional).

-Soportes

¿Dónde se va a aplicar esa marca? Web, papelería, uniformes, cartelera.

-Presupuesto.

Monto a invertir. ¿Cuánto tiene disponible el proyecto para invertir en una campaña publicitaria?

-Planes a corto y largo plazo.

-Materiales actuales.

Información del campo: todo lo que la empresa le puede dar de info.

Fase 2- Estrategias de comunicación

Qué comunicar

Es necesario elegir un mensaje central a comunicar (que existe un local, o productos en locales de terceros, una feria, un seminario, un evento o la filosofía de la mesa de economía social y solidaria). Teniendo en cuenta los recursos limitados desde el punto de vista económico, la campaña tendrá que pensarse en etapas y llevará tiempo abarcar a todos los públicos. Parte de la definición estratégica está en elegir una forma de abordar esta campaña para empezar y acotarse a un segmento de público, una actividad, un espacio, para empezar a darle contenido.

Estos abordajes podrían ser por ejemplo: mejorar la comunicación del local (en este caso la comunicación convocaría a ir al local), realizar una actividad que concentre gente donde se les pueda explicar qué significa la mesa y dónde conseguir sus productos (acá la comunicación convocaría a la actividad), hacer una campaña de ESS y asociar la marca al concepto (la comunicación hablaría de la ESS

y presentaría los locales), mostrar los productos que involucran este tipo de economía y asociarlos a la mesa.

A quiénes

Elegir los públicos es clave para plantear la estrategia. Acotar por dónde quiero y puedo empezar es importante, ya que no es posible hacer una campaña multimedia.

La elección de los públicos también podría ser una forma de acotar la campaña, segmentando según intereses o lugares físicos. Pueden ser personas afines al tema, pueden ser estudiantes universitarios, pueden ser nuevos públicos (gente que desconoce la ESS). Hay que tener en cuenta que cuanto más lejano al tema sea el público, más difícil es llegarle efectivamente y quizás implique más inversión en medios.

Con qué objetivo

El objetivo a largo o mediano plazo es dar a conocer que existe un local, o productos en locales de terceros, una feria, un seminario, un evento o la filosofía de la mesa de economía social y solidaria. En esta primera etapa habrá que elegir un objetivo específico que apunte a lograr un primer paso hacia el objetivo general. Según lo que hayan elegido en “qué comunicar”, deberán definir un objetivo específico a lograr con esa comunicación.

Por ej: Si lo que vamos a comunicar es el local, el objetivo podría ser que la gente vaya al local, cuando salga de ahí, identifique y entienda que es la mesa.

Por que medios

No tenemos la posibilidad de contar con mucho dinero para contratar medios masivos (es decir comprar minutos en tele o radio), por lo tanto tenemos que pensar en aquellos medios que no nos resulten muy caros o que deriven de asociaciones con instituciones involucradas. Por ejemplo la IM, los Ministerios alguna organización. Cuando hablamos de medios no solo nos referimos a un soporte como puede ser un refugio en Vía Pública o un folleto. Como vimos en los ejemplos, un medio puede ser la gente o un grupo de gente, puede ser un producto, puede ser una acción, una intervención, etc.

Medios Audiovisuales: tv, radio, cine, pantallas en vía pública.

Internet: página web, blog, pastillas, banners animados, youtube, redes sociales.

Medios gráficos: folleto, volante, afiche, aviso de prensa, publicaciones, vía pública.

Otros medios: banners, banderas, pendones, tótems, stickers, pins, acciones alternativas, intervenciones, presentaciones.

Con qué recursos

Como hablamos los recursos son escasos entonces debemos pensar en que no contamos con una cifra abultada. Habrá que pensar qué hacer con poco dinero. Cuando hablamos de recursos también nos referimos a humanos y materiales no solo financieros. Por ejemplo personas para hacer alguna cosa, o contamos con algún equipo que sirve a nuestro objetivo (un parlante, una camioneta, etc).

Módulo 03 Instalaciones Comerciales (3 jornadas)

Se planteó proyectar propuestas de instalaciones comerciales y equipamientos para los productos de Economía Social y Solidaria contemplando la construcción de una imagen visual y comercial que identifique al sello. Partiendo de la base que cada equipo tendría que elegir y justificar uno de los 6 sellos pre-seleccionados.

El trabajo se realizó en tres fases que se desarrolladas por 10 equipos.

Las propuestas programáticas de las instalaciones comerciales se construyeron integradas con el sello elegido como identificador de los productos de ESS, su proyecto, su producción, su forma de venta y consumo. Se investigaron el local de Ecosol e instalaciones comerciales existentes, estas últimas sirvieron de referentes para el caso en estudio, como parte del proceso de diseño.

Fase 1 Investigación previa y propuesta programática.

Productos comercializados, su proyecto, su producción, su venta y su consumo. Presentación del resultado del ADN de la marca

Fase 2 Manual de Marca

Se elaboró un “Manual de Marca” por equipo, que incluye recaudos gráficos y escritos para las instalaciones comerciales que la ESS requiera. El manual que se presentó en formato papel e informático desarrolló una instalación comercial capaz de ser implantada en diferentes infraestructuras edilicias.

Se consideró el local existente actualmente en la Ciudad vieja y la necesidad de instalaciones comerciales efímeras como parte de la propuesta.

Fase 3 Instalación

Diseño, montaje y presentación de una instalación efímera pensada para la exhibición y venta de productos y servicios de la Economía Social y Solidaria incluyendo materiales, colores, texturas y gráfica. El montaje se realizó en los intercolumnios de la galería en el tercer nivel de la Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo.

4.7 Resultados

La vinculación con productores resultó en 3 participantes: un representante del local de Ecosol, un representante de ANERT por la Cooperativa Chic Francés y una representante de ESS. De los tres inscriptos los dos primeros participaron del total de la actividad mientras que la última persona asistió esporádicamente.

Si bien la experiencia fue enriquecedora se notó una diferencia importante entre los 2 equipos que contaban con invitado constante y los restantes 8 que eran conformados exclusivamente por estudiantes, sobre todo en el desarrollo de habilidades aptitudinales. Este punto ha sido analizado por el equipo docente responsable de SIP al punto de buscar la forma de garantizar una mayor participación de invitados a través de la vinculación con instituciones que organicen en este aspecto la convocatoria por tener un contacto fluido con los distintos actores de ESS. En tal sentido en 2015, a partir de la votación del sello, establecimos vínculos con la División Promoción Económica dentro de Desarrollo Económico de la Intendencia de Montevideo para que en 2016 provean emprendedores suficientes.

De todas maneras en cuanto a diagnóstico, ADN y propuestas los objetivos fueron alcanzados y el nivel de respuesta fue satisfactorio como se puede apreciar en el informe adjunto *Local Tienda EcoSol*

Conclusiones

Ha sido un proceso caracterizado por su dilatación temporal, reconociendo que el proyecto se postuló a un llamado que preveía 5 meses de actuación. Sin embargo la magnitud y la profundidad del trabajo han implicado más del doble de tiempo en un proceso que entendemos aún inacabado. De todas formas, si nos detenemos en el objetivo general del proyecto Diseñar Solidario que estableció: *“Fortalecer el vínculo con CNES a través de la comunicación de sus atributos y la puesta en valor del recorrido realizado por SIP en 3 años de trabajo”* podemos asumir que ha sido cumplido.

Con respecto a la elección del sello se esperaba una mayor participación en los soportes web y retorno de los Librillos de Votación. A pesar de ello, el fin de divulgación y educación respecto de identificadores gráficos y relevancia del uso de un sello -que posee el material- requiere reconocer el esfuerzo como un alcance en los objetivos propuestos más allá de la función concreta de votación.

Entendemos que dentro de los objetivos específicos se incluía *“la generación de un documento que permita desarrollar formalmente una línea de trabajo sobre ESS en la LDCV”* debemos reconocer entornos, que nos encontramos ante la generación de una línea de investigación-acción que vincula las tres funciones de la tarea universitaria: nacido desde las experiencias de Grado, en el Seminario Interdisciplinario de Producto; que se ha fortalecido y formalizado con este proyecto en la extensión y que seguirá su curso en otros formatos y a través de distintas plataformas de la lógica universitaria.

Bibliografía

CHAVES; La imagen corporativa teoría y metodología de la identificación institucinal GG 5ª 1999

Defourny, J., Develtere, P., Fonteneau, B., & Nyssens, M. (Eds.). The Worldwide Making of the Social Economy. Innovations and Changes. Leuven & The Hague: Acco. 2009

CORAGGIO; J.L Economía Social y Solidaria. El trabajo antes que el capital., Alberto Acosta y Esperanza Martínez (Editores), Abya Yala, Quito, 2011

CORAGGIO; La Presencia De La Economia Social Y Solidaria (ess) Y Su Institucionalizacion En America Latina. Contribution a les Etats généraux de l'ESS les 17, 18, et 19 juin, Paris. 2011