



Campaña comunicacional “Ponele un 10 a la Economía Social y Solidaria”

Introducción

La **Campaña Ponele un 10 a la Economía Social y Solidaria** tiene por objetivo central sensibilizar y concientizar a la ciudadanía en torno a los valores y potencialidades de la economía social y solidaria para el desarrollo local y comunitario, y al mismo tiempo potenciar a los equipos universitarios que trabajan en la temática ya sea en docencia, investigación o extensión. De tal manera que las universidades nacionales participantes de la presente campaña cuentan con una batería de productos comunicacionales con un mensaje único, acordado por los equipos integrantes, de alto impacto y con el respaldo de la Red Universitaria en Economía Social y Solidaria (RUESS).

De este modo, en diálogo con las distintas experiencias organizativas del amplio movimiento de la economía social y solidaria, la presente campaña congrega en su realización a las universidades nacionales participantes, comprometidas en su impulso, desarrollo y ejecución.

Su idea y origen tiene como antecedente principal el trabajo comunicacional de la organización de economía social y solidaria “**El Arca**”, de Mendoza, que comenzó a desarrollar una campaña pública similar en el año 2013 (“10 en economía social”) junto a diversas organizaciones e instituciones de la mencionada provincia.

¿Qué es la RUESS?

La Red Universitaria de Economía Social Solidaria (RUESS) es una propuesta de articulación, convergencia, visibilización y escala de las prácticas de intervención, investigación, docencia, acciones con la comunidad y vinculación territorial de las universidades relacionadas con la Economía Social y Solidaria (ESS).

Se trata entonces de una Red de universitarios y universitarias (personas, equipos y algunos espacios institucionales) interesadxs en el diálogo, el intercambio de experiencias, la reflexión y las acciones conjuntas en temáticas que vinculan a la Universidad con la Economía Social y Solidaria.

poneleun10@gmail.com – www.poneleun10.com.ar



Forman parte de la RED personas y equipos de las universidades nacionales de Quilmes, General Sarmiento, Centro, Arturo Jauretche, Avellaneda, Comahue, Córdoba, Cuyo, José C. Paz, La Pampa, La Plata, La Rioja, Lanús, Litoral, Lomas de Zamora, Luján, Mar del Plata, Misiones, Moreno, Río Negro, San Juan, San Luis, Santiago del Estero, Tres de Febrero, Rosario, San Martín, Tierra del Fuego, Villa María, Patagonia Austral, Entre Ríos y Buenos Aires.

Fundamentación de la Campaña Ponele un 10 a la Economía Social y Solidaria

Luego de varias décadas de desarrollo por parte de las prácticas y propuestas de la economía social y solidaria, hoy nos encontramos con la demostración palpable de que las mismas son generadoras de empleo digno, que promueven la obtención de ganancias para la satisfacción de necesidades individuales y familiares y el mejoramiento de la calidad de vida de sus integrantes, organizando sus actividades bajo relaciones equitativas y democráticas en el marco del respeto al medio ambiente.

En este contexto consideramos que los mayores desafíos actuales para su avance y consolidación son los siguientes: por un lado, la capacidad de poder institucionalizar su presencia en los distintos niveles (tanto a nivel normativo, a través de leyes y ordenanzas, por ejemplo, como en el ámbito de las universidades, como viene sucediendo a través de Maestrías, Tecnicaturas, Diplomaturas, Cátedras, Programas de Extensión, Seminarios, etc.); por otra parte, otro de los desafíos está en la capacidad de comunicar y hacer visibles, de cara a toda la comunidad, los valores y postulados de la economía social y solidaria, así como la innumerable cantidad de experiencias e iniciativas existentes a lo largo y ancho del país que ponen de manifiesto una forma distinta y posible de abordar la temática del trabajo, la producción, el comercio y el consumo, entre otros aspectos, con el centro puesto en las personas antes que en el afán de lucro como única motivación.

Los espacios universitarios que trabajan la temática de la ESS se encuentran altamente diseminados por los múltiples frentes que atienden: investigación, carreras de grado, pregrado y posgrado e innumerables iniciativas de extensión. Esta campaña se propone construir un mensaje homogéneo, cohesionado y representativo, que les permita a los mencionados equipos contar con múltiples productos comunicacionales de alto impacto, ya sea para realizar acciones de sensibilización o bien como dinamizador de debates. Esta iniciativa reviste gran valor para el mundo de la economía social y solidaria en las universidades nacionales, ya que no hay antecedentes de campañas de este tipo en la materia (acuerdo para mensajes sencillos,



cortos y elocuentes), y además es una de las primeras iniciativas de la Red Universitaria en Economía social y solidaria (RUESS). De esta manera, los equipos en ESS tendrán la posibilidad de visibilizar su trabajo, y sus redes de organización, intercambio y participación. De este modo, con la certeza de que la construcción de una economía social y solidaria requiere de estrategias y herramientas de comunicación apropiadas, atendiendo a que, en definitiva, la economía social y solidaria se propone un cambio que también es cultural y necesita disputar sentidos en el seno de las comunidades, territorios y sujetos populares, la presente campaña pretende realizar un aporte en este sentido tomando un posicionamiento como “universidades públicas” comprometidas con el desarrollo local de nuestras comunidades.

El nombre *Ponele un 10 a la Economía Social y Solidaria*, se ha dicho, se inspiró en la Campaña Pública “10 en Economía Social” de la organización “El Arca” de Mendoza. En este caso, ya que los emisores del mensaje son actores de las diferentes comunidades universitarias tomamos una acción prototípica como es la calificación: el 10 es el grado máximo en la escala que usualmente se utiliza en la educación formal.

Objetivo general:

- Sensibilizar y concientizar a la ciudadanía en torno a los valores y potencialidades de la economía social y solidaria para el desarrollo local y comunitario, y al mismo tiempo promover el consumo responsable.

Objetivos específicos:

- Desarrollar materiales de comunicación que colaboren a la conformación de un mensaje y discurso común de la universidades públicas participantes en torno a los beneficios de la economía social y solidaria de cara a la comunidad en su conjunto.
- Comunicar una serie de mensajes cortos y elocuentes, sencillos en su comprensión para la comunidad, sobre 10 ejes centrales de la economía social y solidaria.
- Comprometer a la “Universidad pública” en el desarrollo de una economía social y solidaria a través de una acción articulada, asociada, concreta y de alto impacto.
- Que las Universidades involucradas dentro de la campaña adhieran a su documento general en el Consejo Superior de cada casa de estudios.
- Promover espacios de reflexión y discusión - a través de talleres, mesas debate, foros, etc. -



en torno al consumo responsable en las distintas Universidades, en el marco de la campaña.

- Interpelar, tanto hacia dentro de la comunidad universitaria como hacia afuera, en torno a los valores de la economía social y solidaria.

- Fortalecer el trabajo en red de las distintas universidades involucradas en el desarrollo de la economía social y solidaria en sus diversos frentes.

Ejes de la campaña:

Los ejes de la campaña fueron consensuados con las universidades nacionales participantes de la Red Universitaria de Economía social y solidaria (RUESS).

- 1) Mercados solidarios
- 2) Consumo responsable
- 3) Software libre
- 4) Comunicación popular
- 5) Trabajo (cooperativo)
- 6) Equidad de Género
- 7) Finanzas solidarias
- 8) Soberanía alimentaria
- 9) Empresas recuperadas
- 10) Educación

Cada eje es abordado a través de un afiche, spot radial, calcomanía, señalador expresando una idea clara al respecto de cara a la comunidad y, en algunos casos, es acompañado por infografías.

Cada uno de estos ejes fue pensado de forma tal de involucrar de forma lo más amplia posible a los diversos actores y organizaciones involucrados en el campo de la ESS para que todos puedan sentir y trabajar esta campaña como suya (las radios comunitarias, las organizaciones campesinas, el sector cooperativo, las empresas recuperadas, las organizaciones de finanzas solidarias, etc.).

Materiales de la Campaña:

1 Documento general (con su fundamentación, este documento debería ser presentado para su

poneleun10@gmail.com – www.poneleun10.com.ar



adhesión de forma unificada en el Consejo Superior de cada Universidad): <https://goo.gl/zZzHet>

- 10 cuñas radiales,
- 10 afiches,
- 10 calcomanías,
- 10 señaladores,
- 1 folleto explicativo,
- 1 audiovisual
- 1 cartilla pedagógica,
- 1 dvd con todos los materiales juntos,
- 1 sitio web de la campaña: www.poneleun10.com.ar

Metodología:

“La economía social y solidaria es más democracia”

A partir de esta idea-fuerza, la campaña prevé un desarrollo en cuatro etapas orientando sus esfuerzos en tres sentidos principalmente:

- a) Sensibilizar, concientizar e interpelar a la comunidad en torno a las potencialidades de la economía social y solidaria y el consumo responsable.
- b) Fortalecer y potenciar hacia el interior de las universidades a los equipos que trabajan en la temática, ya sea en extensión, docencia o investigación
- c) Dar a conocer, visibilizar y difundir experiencias e iniciativas de la economía social y solidaria en sus diversos frentes de desarrollo (fábricas recuperadas, ferias, mercados populares, comercializadoras solidarias, microcrédito, tecnologías socialmente apropiadas, agroecología, comunicación popular, software libre, etc.).

Etapas:

Etapas 1: Impactar. Llamar la atención sobre el tema. Conferencia de prensa de lanzamiento y distribución de los materiales.

Etapas 2: Informar. Promover el interés (participar en programas de radio, entrevistas en medios, folletos explicativos).

Etapas 3: Reflexionar. Espacios de reunión y discusión (organizar charlas y debates en torno a la campaña. Utilizar la cartilla pedagógica y distribuirla).

Etapas 4: Fijar la campaña. Evento de cierre colectivo con el apoyo de los materiales de

poneleun10@gmail.com – www.poneleun10.com.ar



impacto.

Instrumentación y coordinación de la campaña:

El desarrollo de los materiales de comunicación de la Campaña se encuentra a cargo de los equipos de Comunicación y ESS de la UNICEN y la UNQ en articulación con la UNGS.

La instrumentación de la campaña se prevé realizar en el marco de la Red Universitaria de ESS (RUESS).



Campaña comunicacional “Ponele un 10 a la Economía Social y Solidaria”

Introducción

La **Campaña Ponele un 10 a la Economía Social y Solidaria** tiene por objetivo central sensibilizar y concientizar a la ciudadanía en torno a los valores y potencialidades de la economía social y solidaria para el desarrollo local y comunitario, y al mismo tiempo potenciar a los equipos universitarios que trabajan en la temática ya sea en docencia, investigación o extensión. De tal manera que las universidades nacionales participantes de la presente campaña cuentan con una batería de productos comunicacionales con un mensaje único, acordado por los equipos integrantes, de alto impacto y con el respaldo de la Red Universitaria en Economía Social y Solidaria (RUESS).

De este modo, en diálogo con las distintas experiencias organizativas del amplio movimiento de la economía social y solidaria, la presente campaña congrega en su realización a las universidades nacionales participantes, comprometidas en su impulso, desarrollo y ejecución.

Su idea y origen tiene como antecedente principal el trabajo comunicacional de la organización de economía social y solidaria “**El Arca**”, de Mendoza, que comenzó a desarrollar una campaña pública similar en el año 2013 (“10 en economía social”) junto a diversas organizaciones e instituciones de la mencionada provincia.

¿Qué es la RUESS?

La Red Universitaria de Economía Social Solidaria (RUESS) es una propuesta de articulación, convergencia, visibilización y escala de las prácticas de intervención, investigación, docencia, acciones con la comunidad y vinculación territorial de las universidades relacionadas con la Economía Social y Solidaria (ESS).

Se trata entonces de una Red de universitarios y universitarias (personas, equipos y algunos espacios institucionales) interesadxs en el diálogo, el intercambio de experiencias, la reflexión y las acciones conjuntas en temáticas que vinculan a la Universidad con la Economía Social y Solidaria.

poneleun10@gmail.com – www.poneleun10.com.ar



Forman parte de la RED personas y equipos de las universidades nacionales de Quilmes, General Sarmiento, Centro, Arturo Jauretche, Avellaneda, Comahue, Córdoba, Cuyo, José C. Paz, La Pampa, La Plata, La Rioja, Lanús, Litoral, Lomas de Zamora, Luján, Mar del Plata, Misiones, Moreno, Río Negro, San Juan, San Luis, Santiago del Estero, Tres de Febrero, Rosario, San Martín, Tierra del Fuego, Villa María, Patagonia Austral, Entre Ríos y Buenos Aires.

Fundamentación de la Campaña Ponele un 10 a la Economía Social y Solidaria

Luego de varias décadas de desarrollo por parte de las prácticas y propuestas de la economía social y solidaria, hoy nos encontramos con la demostración palpable de que las mismas son generadoras de empleo digno, que promueven la obtención de ganancias para la satisfacción de necesidades individuales y familiares y el mejoramiento de la calidad de vida de sus integrantes, organizando sus actividades bajo relaciones equitativas y democráticas en el marco del respeto al medio ambiente.

En este contexto consideramos que los mayores desafíos actuales para su avance y consolidación son los siguientes: por un lado, la capacidad de poder institucionalizar su presencia en los distintos niveles (tanto a nivel normativo, a través de leyes y ordenanzas, por ejemplo, como en el ámbito de las universidades, como viene sucediendo a través de Maestrías, Tecnicaturas, Diplomaturas, Cátedras, Programas de Extensión, Seminarios, etc.); por otra parte, otro de los desafíos está en la capacidad de comunicar y hacer visibles, de cara a toda la comunidad, los valores y postulados de la economía social y solidaria, así como la innumerable cantidad de experiencias e iniciativas existentes a lo largo y ancho del país que ponen de manifiesto una forma distinta y posible de abordar la temática del trabajo, la producción, el comercio y el consumo, entre otros aspectos, con el centro puesto en las personas antes que en el afán de lucro como única motivación.

Los espacios universitarios que trabajan la temática de la ESS se encuentran altamente diseminados por los múltiples frentes que atienden: investigación, carreras de grado, pregrado y posgrado e innumerables iniciativas de extensión. Esta campaña se propone construir un mensaje homogéneo, cohesionado y representativo, que les permita a los mencionados equipos contar con múltiples productos comunicacionales de alto impacto, ya sea para realizar acciones de sensibilización o bien como dinamizador de debates. Esta iniciativa reviste gran valor para el mundo de la economía social y solidaria en las universidades nacionales, ya que no hay antecedentes de campañas de este tipo en la materia (acuerdo para mensajes sencillos,



cortos y elocuentes), y además es una de las primeras iniciativas de la Red Universitaria en Economía social y solidaria (RUESS). De esta manera, los equipos en ESS tendrán la posibilidad de visibilizar su trabajo, y sus redes de organización, intercambio y participación. De este modo, con la certeza de que la construcción de una economía social y solidaria requiere de estrategias y herramientas de comunicación apropiadas, atendiendo a que, en definitiva, la economía social y solidaria se propone un cambio que también es cultural y necesita disputar sentidos en el seno de las comunidades, territorios y sujetos populares, la presente campaña pretende realizar un aporte en este sentido tomando un posicionamiento como “universidades públicas” comprometidas con el desarrollo local de nuestras comunidades.

El nombre *Ponele un 10 a la Economía Social y Solidaria*, se ha dicho, se inspiró en la Campaña Pública “10 en Economía Social” de la organización “El Arca” de Mendoza. En este caso, ya que los emisores del mensaje son actores de las diferentes comunidades universitarias tomamos una acción prototípica como es la calificación: el 10 es el grado máximo en la escala que usualmente se utiliza en la educación formal.

Objetivo general:

- Sensibilizar y concientizar a la ciudadanía en torno a los valores y potencialidades de la economía social y solidaria para el desarrollo local y comunitario, y al mismo tiempo promover el consumo responsable.

Objetivos específicos:

- Desarrollar materiales de comunicación que colaboren a la conformación de un mensaje y discurso común de las universidades públicas participantes en torno a los beneficios de la economía social y solidaria de cara a la comunidad en su conjunto.
- Comunicar una serie de mensajes cortos y elocuentes, sencillos en su comprensión para la comunidad, sobre 10 ejes centrales de la economía social y solidaria.
- Comprometer a la “Universidad pública” en el desarrollo de una economía social y solidaria a través de una acción articulada, asociada, concreta y de alto impacto.
- Que las Universidades involucradas dentro de la campaña adhieran a su documento general en el Consejo Superior de cada casa de estudios.
- Promover espacios de reflexión y discusión - a través de talleres, mesas debate, foros, etc. -



en torno al consumo responsable en las distintas Universidades, en el marco de la campaña.

- Interpelar, tanto hacia dentro de la comunidad universitaria como hacia afuera, en torno a los valores de la economía social y solidaria.

- Fortalecer el trabajo en red de las distintas universidades involucradas en el desarrollo de la economía social y solidaria en sus diversos frentes.

Ejes de la campaña:

Los ejes de la campaña fueron consensuados con las universidades nacionales participantes de la Red Universitaria de Economía social y solidaria (RUESS).

- 1) Mercados solidarios
- 2) Consumo responsable
- 3) Software libre
- 4) Comunicación popular
- 5) Trabajo (cooperativo)
- 6) Equidad de Género
- 7) Finanzas solidarias
- 8) Soberanía alimentaria
- 9) Empresas recuperadas
- 10) Educación

Cada eje es abordado a través de un afiche, spot radial, calcomanía, señalador expresando una idea clara al respecto de cara a la comunidad y, en algunos casos, es acompañado por infografías.

Cada uno de estos ejes fue pensado de forma tal de involucrar de forma lo más amplia posible a los diversos actores y organizaciones involucrados en el campo de la ESS para que todos puedan sentir y trabajar esta campaña como suya (las radios comunitarias, las organizaciones campesinas, el sector cooperativo, las empresas recuperadas, las organizaciones de finanzas solidarias, etc.).

Materiales de la Campaña:

1 Documento general (con su fundamentación, este documento debería ser presentado para su

poneleun10@gmail.com – www.poneleun10.com.ar



adhesión de forma unificada en el Consejo Superior de cada Universidad): <https://goo.gl/zZzHet>

- 10 cuñas radiales,
- 10 afiches,
- 10 calcomanías,
- 10 señaladores,
- 1 folleto explicativo,
- 1 audiovisual
- 1 cartilla pedagógica,
- 1 dvd con todos los materiales juntos,
- 1 sitio web de la campaña: www.poneleun10.com.ar

Metodología:

“La economía social y solidaria es más democracia”

A partir de esta idea-fuerza, la campaña prevé un desarrollo en cuatro etapas orientando sus esfuerzos en tres sentidos principalmente:

- a) Sensibilizar, concientizar e interpelar a la comunidad en torno a las potencialidades de la economía social y solidaria y el consumo responsable.
- b) Fortalecer y potenciar hacia el interior de las universidades a los equipos que trabajan en la temática, ya sea en extensión, docencia o investigación
- c) Dar a conocer, visibilizar y difundir experiencias e iniciativas de la economía social y solidaria en sus diversos frentes de desarrollo (fábricas recuperadas, ferias, mercados populares, comercializadoras solidarias, microcrédito, tecnologías socialmente apropiadas, agroecología, comunicación popular, software libre, etc.).

Etapla 1: Impactar. Llamar la atención sobre el tema. Conferencia de prensa de lanzamiento y distribución de los materiales.

Etapla 2: Informar. Promover el interés (participar en programas de radio, entrevistas en medios, folletos explicativos).

Etapla 3: Reflexionar. Espacios de reunión y discusión (organizar charlas y debates en torno a la campaña. Utilizar la cartilla pedagógica y distribuirla).

poneleun10@gmail.com – www.poneleun10.com.ar



Etapla 4: Fijar la campaña. Evento de cierre colectivo con el apoyo de los materiales de impacto.

Instrumentación y coordinación de la campaña:

El desarrollo de los materiales de comunicación de la Campaña se encuentra a cargo de los equipos de Comunicación y ESS de la UNICEN y la UNQ en articulación con la UNGS.

La instrumentación de la campaña se prevé realizar en el marco de la Red Universitaria de ESS (RUESS).