

Trabajo final de DISEÑO GRÁFICO

Año 2022

Tema

“Indumentarias Sustentables Sanjuaninas”

Alumno

Grosso Avila, Franco Nahuel

Cátedra

Titular: D.G. Silvina Vázquez

Adjunta: D.G Natalia Morales

J.T.P: D.G. Yanina Pasin

ÍNDICE

Índice	Pág. 1
1. Tema	Pág. 2
2. Motivación Personal	Pág. 3
3. Problemática	Pág. 4
5. Actores	Pág. 6
6. Marco Teórico	Pág. 7
7. Planificación estratégica	Pág. 8
7.1 Objetivos	Pág. 8
7.2.a Definición estratégica	Pág. 8
7.2.b Estrategia Conceptual	Pág. 9
7.3 Estrategia Creativa	Pág. 10
7.4 Programa de diseño	Pág. 12
7.5 Plan de acción	Pág. 12
8. Ante proyecto	Pág. 13
8.1 Marca y variedades	Pág. 13
8.2 Contenedores de recolección	Pág. 14
8.3 Etiqueta secundaria de tela	Pág. 14
9. Proyecto	Pág. 15
9.1 Identidad	Pág. 15
9.2 Tipografía principal	Pág. 16
9.3 Tipografía secundaria	Pág. 17
9.4 Paleta cromática	Pág. 19
9.5 Página Web	Pág. 20
9.6 Etiqueta secundaria de prendas	Pág. 32
9.7 Instructivo de etiqueta y fotografía	Pág. 37
9.8 Totem con video de difusión	Pág. 37
9.9 Contenedores de recolección de ropa	Pág. 40
9.10 Redes sociales	Pág. 43
10. Informe técnico	Pág. 44
10.1 Página web	Pág. 44
10.2 Redes sociales	Pág. 46
10.3 Etiquetas secundarias	Pág. 48
10.4 Instructivo de etiquetas y fotografías	Pág. 50
10.5 Totem con video y difusión	Pág. 52
10.6 Contenedores de recolección de ropa	Pág. 58
11. Bibliografía	Pág. 62

2. Tema

Indumentarias Sustentables Sanjuaninas

3. Motivación personal

Desde la adolescencia, mi admiración por la moda y el diseño han sido el motor para desarrollarme en el área. Siempre tuve una inquietante preocupación sobre el medio ambiente, cómo aportar al cuidado y preservación del mismo desde mi lugar como persona, estudiante y a futuro cercano, como profesional. En el proyecto uní estos ejes de mi vida y les doy este espacio tan especial.

4. Problemática

Actualmente marcas de indumentaria posicionadas en el mercado global llegan a producir desde 4 a 50 colecciones por año, siguiendo las últimas tendencias de la moda, las colecciones son fabricadas de forma acelerada y a bajo costo. En los últimos 20 años, hubo un aumento del 400% en el consumo de ropa en el planeta, la industria textil genera el 20% de la contaminación industrial del agua y en el mundo hay unos 40 millones de obreros del textil en condiciones inhumanas (trabajo esclavo), de los cuales el 85% son mujeres y menores de edad. Battu, M. (12/11/2021). Visión Global. Fast fashion: contaminación ambiental y dinámica de esclavitud. Recuperado de <https://visioglobl.com/fast-fashion-contaminacion-ambientalesclavitud/#:~:text=Actualment e%2C%20desechamos%20m%C3%A1s%20de%2016.000,un%20400%25%20a%20nivel%20global.>

Hay que tomar como punto de partida la evolución del perfil del consumidor en la última década dentro de la industria textil, en sus inicios se abogaba por satisfacer una necesidad práctica como era la de vestir unida a la adquisición de prendas duraderas, pero las prioridades se han visto alteradas a lo largo de la historia llegando el fenómeno prêt à porter, introducido por Pierre Cardin en los años cincuenta, que textualmente significa “listo para llevar”. Esta iniciativa busca, al igual que el fast fashion o moda rápida, democratizar la moda y llegar a un público más amplio con el fin de vender más.

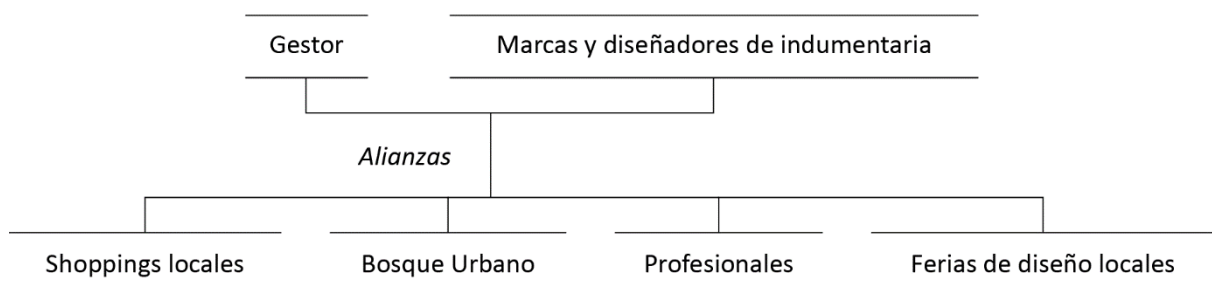
Debido a los acelerados tiempos de difusión y exposición de las redes sociales, las empresas que proponen decenas de colecciones por año, generan la necesidad de vestir “lo último” en moda cada vez que lanzan una colección, acelerando los tiempos de uso y desecho de las prendas, incentivando a un consumo constante. En este sentido, estamos presenciando el clímax del consumismo, lo más llamativo es la huella que está dejando la industria de la moda que ya se sitúa como la segunda del mundo más contaminante tras la del petróleo. Su fabricación contamina los mares con toxinas acarreando graves efectos contaminantes para estos. Esta es la cara mala del sector textil, la cual varias teorías coinciden en un origen común: el consumismo que llega de la mano del fenómeno fast fashion introducido a través de la aplicación particular del sistema just-in-time por parte del gigante Inditex. Carpintero M. (2022) *El marketing de Influencia. Moda rápida y consumismo*. [Tesis de grado, Universidad de Valladolid].

Llevando la problemática a un contexto más cercano, San Juan es una provincia en una constante expansión urbana y poblacional, en la cual su sociedad también va cambiando la perspectiva sobre la moda. Una encuesta realizada en Octubre de 2020 a personas de clase media de entre 18 a 50 años, arrojó que de 100 personas, sólo el %5 de ellas compraba ropa nueva debido al desgaste, rotura o manchado de la actual que inhabilitara su uso, el %17 reconoció saber sobre la problemática del fast

fashion, pero el %0 realizaba alguna acción frente a esta. El %58 admitió que le generaba placer comprar prendas nuevas, %73 aceptó que prefería comprar marcas reconocidas, que en su mayoría eran fast fashion y el %89 dijo que la mayor parte de sus compras eran por la necesidad de vestir para eventos sociales. Esta última respuesta fue clave para comprender que como sociedad no estamos aislados del fenómeno del fast fashion, el cuál es muy notable y excesivo en capitales urbanas de cientos de países y que la provincia era un campo de trabajo factible para accionar sobre la problemática.

Se logró identificar a nivel provincial un gran número de emprendimientos, marcas y diseñadores de indumentaria que luchan por posicionarse como una opción viable a la hora de elegir comprar una prenda. Se reconoció que la constante diversidad de nuevas tendencias hace imposible a una marca de producción local seguir el ritmo, ya que la economía de estos no permite desechar las prendas anteriores para proponer nuevas, una práctica muy utilizada en las marcas fast fashion, donde se conoce que gran porcentaje de sus lotes son arrojados a basurales después de un muy corto tiempo disponibles para comprar, debido a que para ellos es menor el costo de producción y lanzamiento de nuevas colecciones, que mantener en venta lotes que han excedido el tiempo de alta demanda y ya obtuvieron ganancias de las mismas. Dada la difícil competencia, son muy pocas las marcas locales que logran un posicionamiento fuerte en el mercado provincial, y aquellas que lo logran, suelen disponer de una cómoda espalda económica, las que no, tienen una vida corta o sus dueños poseen un trabajo principal con ingresos estables, sin poder arriesgar y potenciarse quedando estas en segundo plano. Es por ello que se identificó este conflicto social como parte de la problemática abarcada desde un enfoque provincial y se detectan tres problemas: el medioambiental, el social y el económico de las marcas locales.

5. Actores



Como principales actores, se encuentran las marcas que dan inicio al proyecto y lo llevan adelante junto conmigo como gestor, quien idea y crea el mismo siendo parte de la organización también, trabajando a la par de las marcas.

En alianzas estratégicas tenemos a Bosque Urbano, una joven empresa que realiza madera plástica con %100 residuos plásticos de la provincia. Un material libre de mantenimiento y %100 reciclable. Otra de nuestras fuertes alianzas son los diferentes profesionales que colaborarán con un abordaje interdisciplinario afín al proyecto y la necesidad de aprendizaje.

Las ferias de diseño de la provincia como San Juan Diseña, Uchis feria y Emprende & Co son alianzas importantes ya que en ellas se concentran diseñadores de indumentaria y marcas locales.

La última alianza, pero no menos importante, serían los shoppings, Paseo Libertad, Espacio San Juan y Patio Alvear.

Destinatarios

Diseñadores, emprendimientos o marcas que tengan producción local, ya sea propia o derivada a terceros, pero en la provincia, que estén dispuestos a aprender e implementar nuevas formas de producción, abiertos a compartir formas de trabajo y conocimientos. También hay un destinatario secundario más general quien tiene un interés en adquirir los productos del proyecto o reciclar.

6. Marco Teórico

Fast fashion / Moda rápida

Se refiere a los grandes volúmenes de ropa producidos por la industria de la moda, en función de las tendencias y una necesidad inventada de innovación, lo que contribuye a poner en el mercado millones de prendas y fomentar en los consumidores una sustitución acelerada de su inventario personal. Es un modelo de producción donde se fabrican prendas con materiales de baja calidad para asegurar un precio barato, por lo que incluso podríamos hablar de ropa prácticamente desechable. Además, su velocidad de manufactura repercute en su escasa durabilidad.

Para cumplir con los plazos que el fast fashion ha impuesto, la producción de las prendas se realiza en países que tienen condiciones laborales precarias, generalmente en el sur de Asia, como pueden ser: Bangladesh, India, Camboya, Indonesia, Malasia, Sri Lanka y China.

Las pésimas condiciones de trabajo, incluido un salario mísero, representan un problema ético y un claro ejemplo de explotación, así como un atentado a los derechos humanos, en los que se encuentra también la explotación laboral infantil y el trabajo forzado. Greenpeace México (29/01/2021) Fast fashion: de tu armario al vertedero. Recuperado de <https://www.greenpeace.org/mexico/blog/9514/fast-fashion/>

Medio ambiente

Podemos decir que es el conjunto de todos aquellos elementos químicos, físicos y biológicos con los cuales los seres vivos interactúan, el clima, geografía, la fauna, flora y todo aquello que encontramos de forma natural. Además, en el caso del ser humano, también incluye todos esos elementos culturales y sociales que influyen en su vida, aquellos objetos fabricados por el hombre o sus actividades socioeconómicas. Así pues, el medio ambiente no es únicamente el sitio físico en el que se desarrolla la vida, sino que también es medio ambiente, la cultura y conceptos intangibles como las tradiciones. Juste I. (30/05/2022) Ecología Verde. Qué es el Medio Ambiente: definición y resumen. Recuperado de <https://www.ecologiaverde.com/que-es-el-medio-ambiente-definicion-y-resumen-1674.html>

Contaminación del medio ambiente

La contaminación del medio ambiente es todo aquello que daña el aire, el suelo, el agua, la flora y la fauna. Una parte de esa contaminación es natural, por ejemplo, cuando un volcán entra en erupción libera una gran cantidad de gases y productos que pueden dañar el ecosistema, no obstante, la mayor parte de la contaminación del medio ambiente se produce como consecuencia de las actividades humanas, ya sea con los plásticos y químicos en el mar, los residuos en la montaña o la emisión de CO₂ a la atmósfera entre tantos otros factores contaminantes.

Por otro lado, cabe señalar el problema que representa el consumo irresponsable de recursos naturales que no son renovables y la sobrepoblación mundial, lo que provoca que se destruyan hábitats, se ocupen cada vez más espacios y se provoquen problemas económicos, sociales, políticos y, obviamente, medioambientales. Qué es el Medio Ambiente: definición y resumen. Recuperado de <https://www.ecologiaverde.com/que-es-el-medio-ambiente-definicion-y-resumen-1674.html>

Diseño para la innovación social

Definimos las innovaciones sociales como ideas (nuevos productos, servicios y modelos) que satisfacen las necesidades sociales y crean nuevas relaciones o formas de colaboración. En otras palabras, se trata de innovaciones que mejoran la capacidad de la sociedad para su funcionamiento. La práctica de la innovación social ha existido siempre, por un lado, las tecnologías de la información y la comunicación que se han extendido del mismo modo que las prácticas sociales que las hacen posibles; por otro, un número creciente de personas en diferentes contextos, por diversas razones, han sentido la necesidad de reinventar sus vidas.

La innovación social contribuye a la solución de problemas que hasta entonces parecían muy difíciles o, incluso, inabordables. Problemas para los que las herramientas clásicas de las políticas estatales,

por un lado, y las soluciones del mercado, por otro, se han mostrado claramente insuficientes. La innovación social afronta estas dificultades con soluciones que rompen con los modelos económicos tradicionales y proponen otros nuevos, con las diversas motivaciones y expectativas de los actores implicados. Estos nuevos y complejos modelos de organización, desafían las tendencias tradicionales y van mucho más allá de las dicotomías convencionales entre lo público y lo privado, entre lo local y lo global, entre el consumidor y el productor o entre la necesidad y el deseo.

En términos prácticos, lo que estas innovaciones sociales hacen es recombinar recursos y capacidades que ya existían para crear funciones y significados nuevos. Al hacerlo, introducen formas de pensamiento y estrategias para la solución de problemas que suponen discontinuidades con lo que ha sido la tendencia dominante. Manzini, E. (2015), *Cuando todos diseñan, una introducción al diseño para la innovación social*, Fedrigoni, Madrid.

7. Planificación estratégica

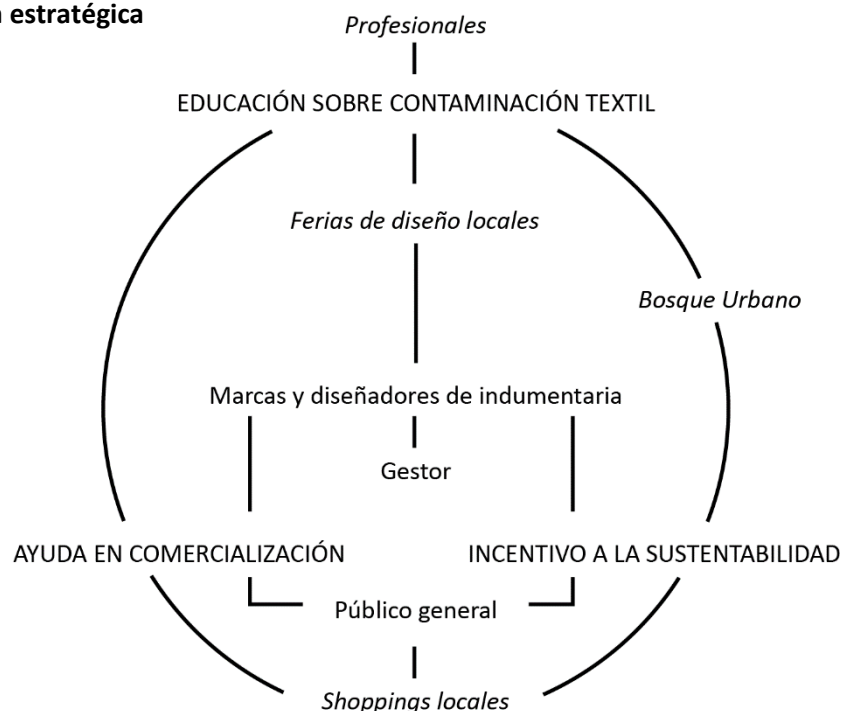
7.1. Objetivos

Dar a conocer la problemática de la contaminación textil, apoyar a emprendedores que se ven afectados y generar un impacto social capaz de cambiar ciertas conductas que aportan a este.

Objetivos específicos:

- Educar sobre la contaminación textil a marcas locales de indumentaria.
- Incentivar a marcas locales de indumentaria y público en general a ser más sustentables.
- Ayudar en la comercialización a marcas locales de indumentaria.

7.2.a Definición estratégica



7.2.b Estrategia Conceptual

En base al análisis de la resolución estratégica del proyecto se decide avanzar con los conceptos que más representan el proyecto:

Cambio y Movimiento

Se resuelve representar movimiento, haciendo referencia a la actividad que genera cambio, el cambio interno en cada marca que se une al proyecto, el cambio en su impacto climático y el constante movimiento de las acciones para llegar al objetivo del proyecto.

Definición Movimiento: Conjunto de alteraciones o novedades ocurridas, durante un período de tiempo, en algunos campos de la actividad humana.

Definición Cambio: Convertir en otra cosa, modificar.

Círculo

El concepto círculo está muy ligado a la representación de los integrantes del proyecto, haciendo referencia a un grupo de personas que tienen un vínculo cercano, por ejemplo, círculo familiar, círculo de amigos, etc. En este caso el vínculo sería laboral, pero sería cercano ya que no son simples marcas unidas, las une el proyecto en común y sus objetivos. También representa las partes en general del proyecto, cómo todo se termina retroalimentando.

Definición RAE: Referencia a un grupo de personas que tienen un vínculo cercano con un individuo.

Unidad

El concepto secundario es unidad, la que se conforma por los integrantes, aquella con fines y acciones en común que fortalecen dicha unión, la vuelven diferencial y fuerte, tanto dentro como fuera del círculo. Dicho concepto representa la idea que, si personas con los mismos valores se conectan y generan hábitos positivos, el poder del cambio se contagia.

Definición RAE: Cualidad de la obra literaria o artística en que solo hay un asunto o pensamiento principal, generador y lazo de unión de todo lo que en ella ocurre, se dice o representa.

Apoyo

El siguiente concepto secundario es Apoyo, de la acción Apoyar, el apoyo entre las marcas que participan, el apoyo entre las áreas y el apoyo hacia el problema climático.

Definición RAE: Ayudar a que una persona consiga algo o a que una cosa se desarrolle o suceda, colaborando o influyendo en ciertos aspectos, o manifestando conformidad o acuerdo.

7.3 Estrategia Creativa

Partiendo de los conceptos y los tres objetivos específicos del proyecto, se decide representarlo con un fuerte nombre enfocado en reflejar la tarea del proyecto, la ayuda orientada a los integrantes, como así también al medio ambiente, para llegar a cumplir los objetivos del mismo.

Simbiosis, del griego: σύν, syn, 'juntos'; y βίωσις, biosis, vivir.

Definición: Relación de ayuda o apoyo mutuo que se establece entre dos personas o entidades, especialmente cuando trabajan o realizan algo en común. Este concepto, muy ligado a las ciencias biológicas suele utilizarse para definir el vínculo recíproco y virtuoso entre diferentes especies.

El proyecto se divide en tres áreas, que responderán a los diferentes objetivos del mismo, se decide generar tres grupos conformados por cinco marcas o diseñadores de indumentaria y quien idea el proyecto, como gestor,

El área formativa, la encargada de organizar workshops, charlas y conversatorios de diferentes profesionales que aporten contenido para educar al círculo de marcas, puntualmente sobre qué es la contaminación textil y generar consciencia sobre esta, aprender nuevos conocimientos de producción más amigables con el medio ambiente y saber tratar los residuos textiles. Inicialmente se concretan una charla a desarrollarse en dos ferias de diseño con gran convocatoria de feriantes y diseñadores a nivel provincial con una reconocida diseñadora y dueña de marca que tiene éxito a nivel nacional, teniendo como bandera la sustentabilidad. Lo cual sirve como un llamador para sumar diseñadores y emprendedores a ser integrantes del proyecto más allá del valioso contenido en sí que aporten.

La segunda es el área sustentable, encargada de crear contenedores de recolección de ropa en desuso, la colocación de estos y el tratado de las prendas recaudadas en los mismos, para convertirlas en telas que se distribuyen entre las marcas integrantes del proyecto, las cuáles utilizarán en sus procesos de producción de nuevas prendas, dándoles una nueva vida útil y reduciendo residuos textiles de terceros y propios. En esta etapa se aplica lo aprendido en el área formativa. Los contenedores se colocan estratégicamente en los shoppings, debido a que, en una informal entrevista a trabajadores de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, quienes eran parte del proyecto “Misión Buen Ambiente” (Una red de contenedores con el objetivo de mejorar la organización y lograr una adecuada separación de residuos en edificios públicos, empresas y centros de gran afluencia de público) se conoce que los contenedores situados en los shoppings, eran los que más residuos textiles acumulaban, las personas elegían estos para los desechos de prendas en desuso. Estarían presentes en fechas específicas informadas en las redes sociales y página web del proyecto.

La tercera área es el área económica, conformada por el gestor e integrantes del círculo, es la destinada a realizar y manejar la página web y redes sociales del proyecto. En las redes se aplican a través del tiempo diferentes estrategias de marketing y publicidad para poder generar ventas en la tienda online. También se da a conocer sobre qué es el proyecto, sus integrantes e información sobre los contenedores de recolección y próximas charlas. La página web está compuesta por tres áreas, una dónde cuenta quién conforma el proyecto y cómo es su funcionamiento, otra dónde da a conocer la ubicación de próximas charlas, los contenedores de recolección de ropa y tiendas o talleres de las marcas que son parte del círculo y una tercera que es la tienda online, dónde se comercializan las prendas de todas las marcas integrantes del proyecto, las cuáles producen sus colecciones con los insumos recibidos del área sustentable.

Cada marca que decida unirse al círculo, cumple una función en el mismo, designada por las destrezas que tengan, se unen a un grupo de trabajo. También, en el momento que adoptan procesos de producción conscientes, sus prendas pasan a estar identificadas como parte del círculo, es por ello que llevan, aparte de sus etiquetas, una etiqueta secundaria de tela y una etiqueta secundaria colgante con la identificación del proyecto, se entrega a las marcas un instructivo de etiquetado y fotografía, en el cual se explica cómo realizar la etiqueta secundaria de tela, sus posibles posiciones en las prendas, la utilización de la etiqueta secundaria colgante o sticker y especificaciones técnicas de encuadre y tamaño de las fotografías utilizadas para identificar la marca y las prendas de estas en la página web.

Con el nombre Simbiosis la intención conceptual es establecer un paralelismo entre esta relación y la que se pretende lograr con las tres áreas del proyecto.



A nivel creativo se decide utilizar como recursos en el sistema la fotografía, ya que es muy utilizada en el mundo de la moda, rectángulos verticales, tipografías y la paleta de color, la cual tiene como principal el tono el blanco, debido a que nace como un apoyo para marcas, se prioriza estas y se establece su posición, que en varias situaciones será secundaria.

7.4 Programa de diseño

- Identidad: Marca y sub marcas

Piezas virtuales:

- Página Web
- Redes Sociales
- Instructivo de etiquetado y fotografías

Piezas físicas:

- Totem con video de difusión
- Contenedores de recolección de ropa
- Etiquetas secundarias de prendas.

7.5 Plan de acción

Etapa inicial	Se reúnen las 5 marcas que inician el proyecto junto con el gestor, para dividirse en los tres grupos de trabajo.	<ul style="list-style-type: none">- Creación de la identidad del proyecto, página web y redes sociales.- Diseño de totem y contenedores- Materialización del totem con animación para convocar nuevas marcas y diseñadores.
Etapa de convocatoria	Con la página web y redes sociales activas, se da inicio a convocar nuevos integrantes.	<ul style="list-style-type: none">- Circulación del totem con animación en las ferias de diseño- Materialización de los contenedores de recolección de prendas.
Etapa de recolección	Con nuevos integrantes en el proyecto, comienza a funcionar el área sustentable.	<ul style="list-style-type: none">- Colocación de los contenedores en los shoppings.- Organización y difusión de próximas charlas en las ferias de diseño.- Recolección y tratamiento de las prendas recaudadas en textiles de reutilización.
Etapa de Charlas	Dictado de charlas con entrega de telas recuperadas, etiquetas e instructivo de etiquetado y fotografías a marcas del círculo.	<ul style="list-style-type: none">- Organización de las charlas.- Planteamiento de próximas charlas y actividades.

De esta forma inicia el plan de acción del proyecto, cabe aclarar que, partiendo de esta organización, a futuro pueden sumarse actividades o llevar el planteamiento a un campo de trabajo más grande.

8. Ante Proyecto

8.1 Marca y variables

Simbiosis nació como un proyecto de ayuda, de unidad, de cambio, si bien en un momento se intentó guiar el proyecto hacia una representación con más aceptación social, bajo los conceptos de organización y elegancia derivados de marcas líderes, no era su esencia.

III
SIMBIOSIS
INCENTIVO SUSTENTABLE

III
SIMBIOSIS
ÁREA FORMATIVA

III
SIMBIOSIS
ÁREA SUSTENTABLE

III
SIMBIOSIS
ÁREA ECONÓMICA

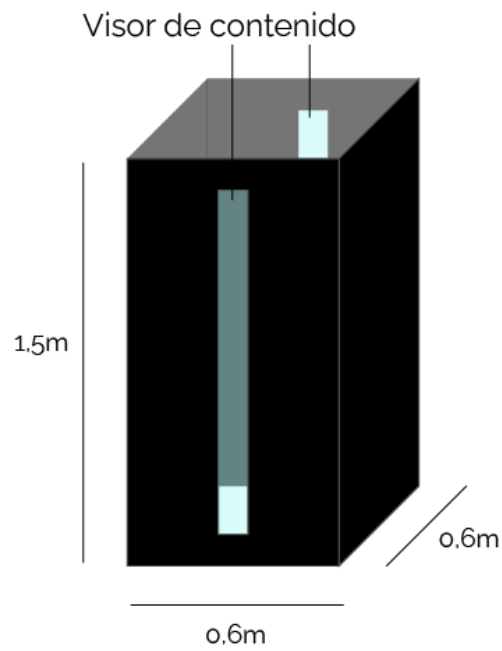
Isologo

Las necesidades del mismo no eran claras y por ello varió muchas veces, se descartó debido a que no seguía los códigos gráficos del logo.



8.2 Contenedores de recolección

Esta idea se descarta debido a que fue diseñado sin tener en cuenta la identidad del proyecto.



8.3 Etiqueta secundaria de tela

Diseño descartado debido a que no cumplía su intención



9. Proyecto

9.1 Identidad

Logo, Bajada y Sub logos

SIMBIOSIS



Como estrategia se divide la palabra en tres sílabas compuestas, las cuáles son las tres áreas y también las siglas de sus descripciones, SIM es Solución a Ingresos de Manufactura, BIO es búsqueda de insumos obsoletos y SIS es Sistema Instructivo de Sostenibilidad.

Se ubican tres líneas bases para generar el movimiento y se enlazan las letras uniando las sílabas, aludiendo a la unión entre áreas, representando apoyo y remitiendo a que, si faltara la unión entre estas, el proyecto no estaría completo.

SIMBIOSIS

Círculo de Indumentarias
Sustentables

Se buscó una bajada que describa el proyecto, optando por la palabra círculo, haciendo referencia a un grupo de personas que tienen un vínculo cercano, por ejemplo, el círculo familiar, círculo de amigos, etc. En este caso el vínculo sería laboral, pero cercano ya que no son simples marcas unidas, las une simbiosis y sus intenciones. Una vez que simbiosis esté instalado a nivel social y se conozca el proyecto por lo que es, se optará por reducir a “Indumentarias Sustentables”.



La búsqueda del isologo fue muy interesante ya que este debía representar la identidad de Simbiosis, su código visual, tener pregnancia, pero al mismo tiempo no competir con otros logos con los cuáles convive, es decir con los de las marcas que son parte del círculo, debía poder cumplir un rol de identidad secundaria, pero al mismo tiempo una representación de un movimiento. Haciendo alusión a que las tres áreas son las columnas del proyecto, que lo forman de manera conjunta. Se decidió utilizar las tres “i” de cada sílaba que conforma la palabra, sumado al juego de movimiento que ya tenía el logo, la simplicidad fue la herramienta principal para poder resolver esta parte de la identidad.

9.2 Tipografía Principal

Diseñada por Vernon Adams, Kalapi Gajjar y Cyreal la elegida fue la familia tipográfica Oswald, una reelaboración del estilo clásico históricamente representado por los tipos de letra sans serif 'Alternate Gothic'. Los tipos de Oswald se redibujaron y reformaron inicialmente para adaptarse mejor a la cuadrícula de píxeles de las pantallas digitales estándar.

Oswald Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789 \$%&@#(!?,:;)

Oswald Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789 \$%&@#(!?,:;)

Oswald Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

0123456789 \$%&@#(!? ,;:)

9.3 Tipografía Secundaria

Diseñado por Matt McInerney, Pablo Impallari y Rodrigo Fuenzalida, la familia tipográfica Sans Serif Raleway se elige como secundaria ya que morfológicamente acompaña a Oswald y también es una tipografía legible, versátil, que puede utilizarse para párrafos y es una gran familia.

Raleway Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

0123456789 \$%&@#(!? ,;:)

Raleway Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

0123456789 \$%&@#(!? ,;:)

Raleway Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

0123456789 \$%&@#(!? ,;:)

Raleway Light Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

0123456789 \$%&@#(!? ,;:)

Raleway Medium

abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 \$%&@#!?.,;:)

Raleway Medium Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 \$%&@#!?.,;:)*

Raleway SemiBold

**abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 \$%&@#!?.,;:)**

Raleway SemiBold Italic

***abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 \$%&@#!?.,;:)***

Raleway Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 \$%&@#!?.,;:)**

Raleway Bold Italic

***abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 \$%&@#!?.,;:)***

Raleway ExtraBold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

0123456789 \$%&@#(!?.,:;)

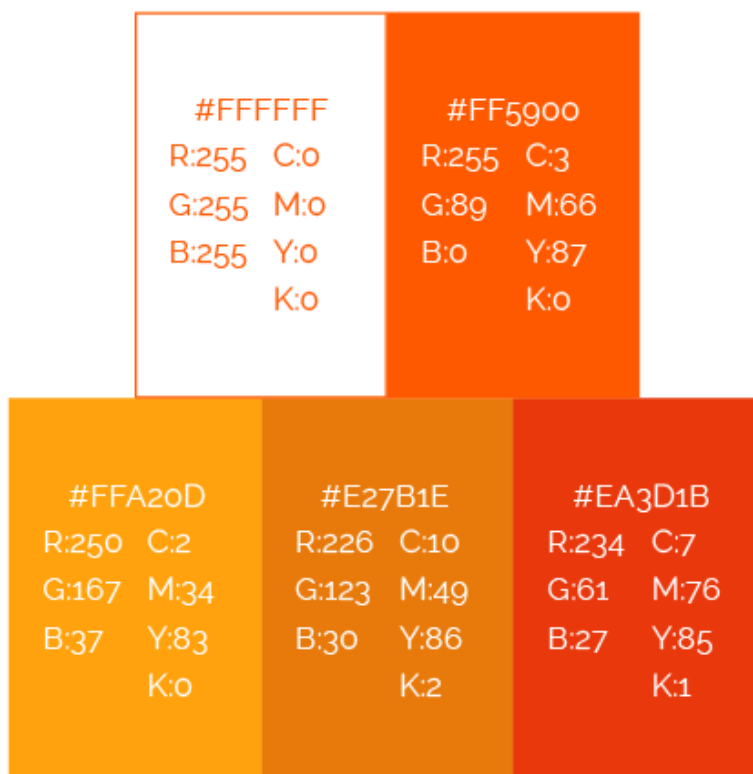
Raleway ExtraBold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

0123456789 \$%&@#(!?.,:;)

9.4 Paleta Cromática



Apoyando el concepto de círculo, el color blanco es la presencia de todos los colores, desde la psicología expresa reflexión, creatividad y vacío. Estas dos primeras fundamentales en el proceso y la tercera es el vacío que llenan cada una de las marcas al formar parte de Simbiosis. La neutralidad del blanco permite a las marcas interactuar de una manera más amigable con la identidad sin sentirse atacadas por sus códigos.

Dentro del uso de nuestra identidad, también hay momentos en los que no sólo debe identificar, si no también expresar, es por eso que se elige como color secundario el naranja FF5900 basado en la teoría del color de Wolfgang Von Goethe, el color naranja está asociado con la energía, quizás debido a la asociación de la fruta del mismo nombre. Este color puede llamar la atención y traer a la mente la vitalidad. También es a menudo sinónimo de movimiento; hojas de otoño anaranjadas que significan el cambio de la estación de verano a otoño. Es el color de la energía, un color para temperamentos primarios. Se elige dicho color atendiendo a la teoría, pero también con consciencia sobre su uso, debía ser un color que represente movimiento y cambio, pero también ser versátil, el naranja es un color que convive de manera muy cómoda con una amplia gama de colores, es por ello también que se propone variación en análogos, los cuáles se asignan a cada área del proyecto y que, al momento de aplicar, debe considerarse el color con el cuál se combina para elegir el tono correcto. Color, el diagrama de la mente humana de Goethe. (22.04.2019) Recuperado de <http://www.eduardozamarro.com/blog/?p=1650>

En el siguiente QR y en el (Anexo 1) puede verse el manual de la marca de Simbiosis.



9.5 Página Web

La página web tiene la intención de informar sobre Simbiosis, con una forma discursiva expositiva y comercializar los productos con una forma discursiva descriptiva. Se divide en tres áreas: La primera es “Nosotros”, dónde se cuenta sobre quienes somos, los valores, cómo ser parte y también describe las áreas de Simbiosis. La siguiente es “Donde estamos”, una pestaña dedicada a:

- Ubicar en el mapa dónde se dictarán las próximas charlas e información sobre quien da la charla.
- Ubicar en el mapa los talleres de confección y locales de cada marca del círculo, su Instagram, un poco de su historia y quien está a cargo de confeccionar las prendas, debido a las altas tasas de explotación laboral en el ámbito, es propicio dar la información de quién fabrica, su nombre, antigüedad, si está en blanco y su imagen real en una fotografía.
- Ubicar en el mapa los contenedores de recolección de ropa en desuso y dar la información de las fechas que estarán en los shoppings.

La última área es la Tienda Online, dónde se encuentran las prendas que realizan las marcas que son parte del círculo con las telas recicladas de los contenedores de recolección. No sólo es un acceso a

compra si no también se invita a retirar los productos a sus talleres o locales para tener un contacto estrecho con la marca generando fidelidad a la misma.

Inicio



Quiero hacer
SOMBIOSIS

Todo cambio tiene un proceso, en Simbiosis se divide en tres. Conocé las Áreas, se parte del movimiento >



Quienes somos

Un círculo de marcas de indumentarias reunidas por un bien común

Conocenos >



Reutilizamos tu ropa

A tus prendas olvidadas en el placard, les damos una nueva vida.

Dejamos lo que no usás >



Donde estamos

Charlas, contenedores de recolección y nuestros locales o talleres.

Veni a visitarnos >



@andamirigen



@cuir_moda



@elquimia.by.ari



@vigiloneok

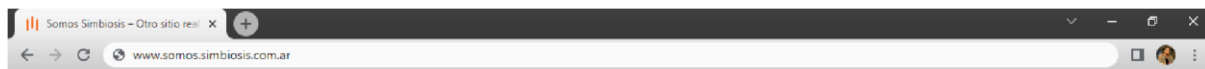


@sayos.indumentaria



@muta.ropamutante

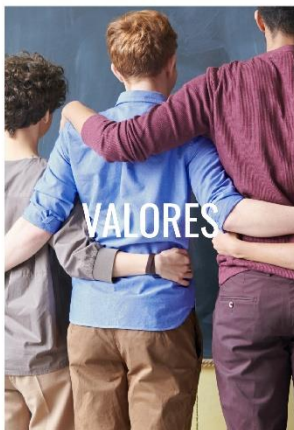




Nosotros Dónde estamos



Hacer simbiosis Tienda



Somos un círculo de marcas en un cambio en nuestros hábitos de producción y consciencia.

Generamos un compromiso con el círculo y el medio ambiente mediante tres etapas:



Aprender, reutilizar e incrementar. El cambio es real cuando el proceso es completo.



ÁREA ECONÓMICA



ÁREA SUSTENTABLE



ÁREA FORMATIVA

Solución a Ingresos de manufactura

Las redes sociales y tienda online, tienen el fin de generar un flujo económico en las marcas del círculo, con estrategias de venta y difusión.

Simbiosis, un valor agregado en el mercado que conoce el esfuerzo por el medio ambiente.

[¿Cuáles son las redes? >](#)

Búsqueda de insumos obsoletos

Nuestros depósitos de recolección están disponibles en puntos estratégicos de la ciudad para reutilizar la tela de prendas en desuso.

Luego de tratarlas, tendrán un segundo ciclo de vida en prendas realizadas por los talleres de cada marca del círculo, nuestras prendas tienen consciencia.

[¿Dónde hay depósitos? >](#)

Sistema instructivo de sostenibilidad

Charlas, workshops y conversatorios para comprender la problemática ambiental a la que contribuimos y cómo accionar.

Aprender a generar cambios en la producción y tratamiento de los residuos.

[¿Cuál es la próxima? >](#)



@andarorigen



@cuir_moda



@alquimia.by.ari



@vigiloneok



@sayas.indumentaria



@muta.ropamutante



somos.simbiosis



Somos Simbiosis



somos.simbiosis



Contacto

Dónde estamos



Donde estamos / Próximas charlas



Donde estamos / Próximas charlas / Más información

The screenshot shows the 'Próximas charlas' section of the website. At the top, there are navigation links: 'Nosotros', 'Dónde estamos', 'SIMBIOSIS' logo, 'Hacer simbiosis', and 'Tienda'. Below the navigation, on the left, is a photo of a woman with long dark hair wearing a white shirt, with sewing tools on a table in front of her. In the center, the section is titled 'PRÓXIMAS CHARLAS' and features a card for 'Moldería Zero-waste'. The card text reads: 'Experta en moldería zero-waste y una producción consciente y responsable. Lucía Chain lleva adelante la marca que lleva su apellido con el fin de realizar prendas sin género y sustentables. Este 28 de Diciembre nos contará como llevar a cabo toda una marca zero-waste.' On the right, there is a map of Buenos Aires with several red location pins. At the bottom, an orange bar contains social media icons for Instagram, Facebook, and WhatsApp, along with the text 'Contacto'.

Donde estamos / Talleres

The screenshot shows the 'Talleres' section of the website. At the top, there are navigation links: 'Nosotros', 'Dónde estamos', 'SIMBIOSIS' logo, 'Hacer simbiosis', and 'Tienda'. Below the navigation, on the left, is a photo of a woman with long dark hair wearing a light-colored, textured top, with her hand raised. In the center, the section is titled 'TALLERES' and features three workshop cards: 'Andar Origen' (5 stars, 24 reviews), 'Alquimia' (5 stars, 15 reviews), and 'Cuir' (5 stars, 11 reviews). Each card includes a link for 'Más información, ¿quién hace mi ropa? >'. On the right, there is a map of Buenos Aires with several red location pins. At the bottom, an orange bar contains social media icons for Instagram, Facebook, and WhatsApp, along with the text 'Contacto'.

Donde estamos / Talleres / Andar Origen / Comentarios de compras

The screenshot shows the website's navigation menu with 'Nosotros', 'Dónde estamos', 'Hacer simbiosis', and 'Tienda'. The 'TALLERES' section for 'Andar Origen' (5 stars) features a list of reviews:

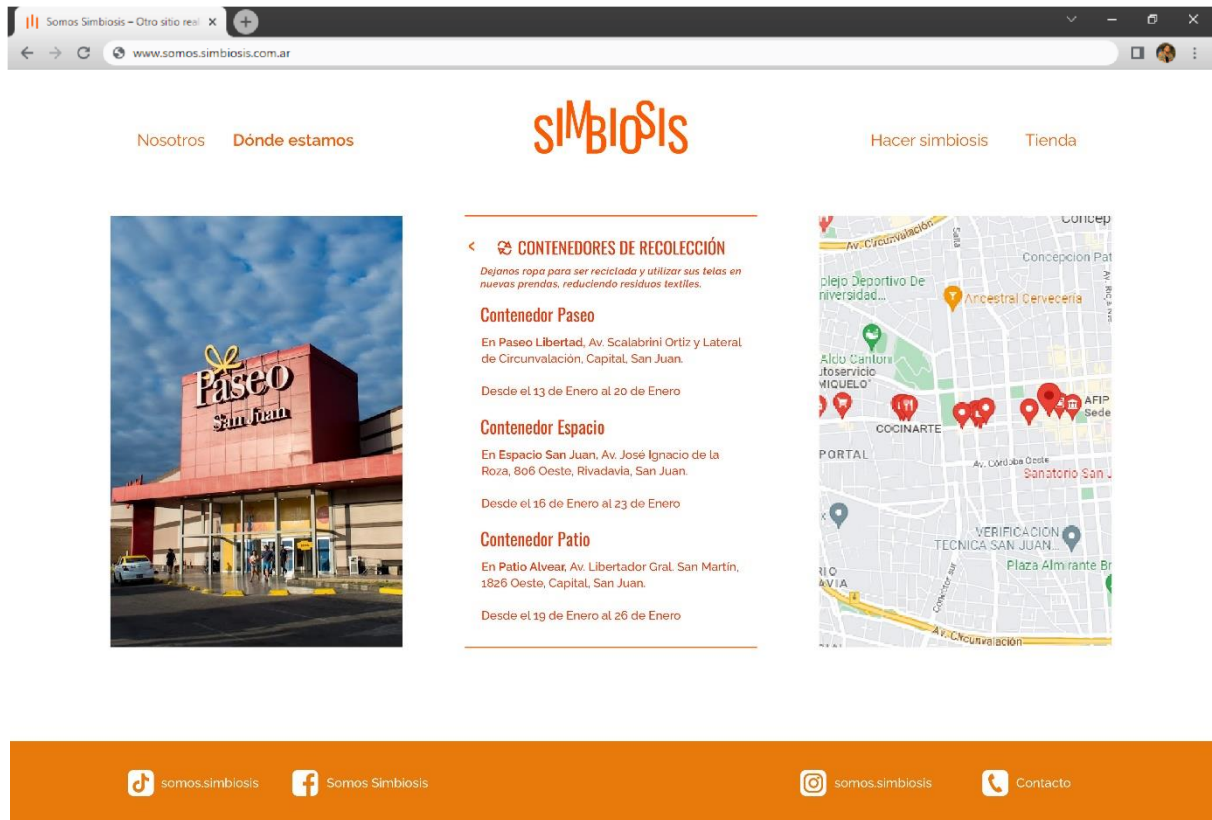
- 5★ Marti: "Excelente calidad, mucho estilo" 28/7
- 4★ Usuario8: "Graaaciss, lo amé, alto pantalon" 21/5
- 5★ Usuario3: "perfecto todo" 24/5
- 4★ Luján: "Recomiendo, alta atención y buena onda" 21/4
- 5★ Denis: "mucha originalidad gracilass no tuve problema y me ayudaron a cambiar" 5/7
- 4★ Usuario: "gracias gracias gracias" 9/9

 A map on the right shows the location of the workshop in Concepción del Uruguay, with several red location pins. The footer contains social media links for Instagram and Facebook, and a 'Contacto' button.

Donde estamos / Talleres / Andar Origen / Mas información, ¿quién hace mi ropa?

This screenshot provides more details about the 'Andar Origen' workshop. It includes a photo of a woman in a purple hoodie and a photo of a woman in a purple top and yellow pants in a workshop setting. The text describes Cecilia as the creator of Andar Origen, a brand focused on 'triple impacto' (social, environmental, and economic). It emphasizes ethical and ecological production, fair trade, and community work. A section titled '¿Quién hace mi ropa?' (Who makes my clothes?) features a verified worker, Martina, who has been with the brand since 2018. The footer is identical to the previous screenshot, with social media links and a 'Contacto' button.

Donde estamos / Contenedores de recolección



The screenshot shows a web browser displaying the website 'www.somos.simbiosis.com.ar'. The page has a navigation menu with 'Nosotros' and 'Donde estamos' (selected). The main content area is titled 'CONTENEDORES DE RECOLECCIÓN' and includes a sub-header: 'Dejanos ropa para ser reciclada y utilizar sus telas en nuevas prendas, reduciendo residuos textiles.' Below this, three collection points are listed:

- Contenedor Paseo**
En Paseo Libertad, Av. Scalabrini Ortiz y Lateral de Circunvalación, Capital, San Juan.
Desde el 13 de Enero al 20 de Enero
- Contenedor Espacio**
En Espacio San Juan, Av. José Ignacio de la Roza, 806 Oeste, Rivadavia, San Juan.
Desde el 16 de Enero al 23 de Enero
- Contenedor Patio**
En Patio Alvear, Av. Libertador Gral. San Martín, 1826 Oeste, Capital, San Juan.
Desde el 19 de Enero al 26 de Enero

To the right of the text is a map of San Juan, Argentina, with several red location pins indicating the collection points. The footer of the page contains social media icons for YouTube, Facebook, Instagram, and a 'Contacto' button.

Tienda

www.somos.simbiosis.com.ar

Nosotros Dónde estamos **SIMBIOSIS** Hacer simbiosis **Tienda**

MARCAS LO NUEVO REBAJAS

Ejemplo: top rosa

Destacados Más vendidos Menor precio Mayor precio Mejor puntuados

Camisa Abismo \$8.000	Camisola Nude \$10.000	Vestido Sunny \$10.000
Denim Fly \$11.000	Mameluco Galac \$14.000	Gorra Astro \$4.000

▼

Instagram: somos.simbiosis Facebook: Somos Simbiosis Instagram: somos.simbiosis WhatsApp: Contacto



Nosotros Donde estamos

SIMBIOSIS

Hacer simbiosis Tienda



Ejemplo top rosa



Alquimia
★★★★★
[Conocenos >](#)
[Comprar >](#)



Andar Origen
★★★★★
[Conocenos >](#)
[Comprar >](#)



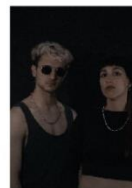
Vigione
★★★★★
[Conocenos >](#)
[Comprar >](#)



Cuir
★★★★★
[Conocenos >](#)
[Comprar >](#)



No Funka
★★★★★
[Conocenos >](#)
[Comprar >](#)



Aries
★★★★★
[Conocenos >](#)
[Comprar >](#)



Sayas
★★★★★
[Conocenos >](#)
[Comprar >](#)



Nanda
★★★★★
[Conocenos >](#)
[Comprar >](#)



Llevalo puesto
★★★★★
[Conocenos >](#)
[Comprar >](#)



The screenshot shows the website for 'Somos Simbiosis' with the URL 'www.somos.simbiosis.com.ar'. The navigation bar includes 'Nosotros', 'Donde estamos', the 'SIMBIOSIS' logo, 'Hacer simbiosis', and 'Tienda'. Below the navigation are three promotional banners: 'MARCAS' (featuring a man and woman in sunglasses), 'LO NUEVO' (featuring a woman in a teal jacket), and 'REBAJAS' (featuring colorful patterned clothing). A horizontal menu below the banners includes 'Andar Origen' (with a magnifying glass icon) and a filter menu with options: 'Destacados', 'Más vendidos', 'Menor precio', 'Mayor precio', and 'Mejor puntuados'. The main content area displays a grid of six clothing items, each with a product image, name, and price:

- Top del Aire**: \$4.500
- Camisola Nude**: \$10.000
- Poncho del Cobijo**: \$12.000
- Top Fluir**: \$5.000
- Vestido del Vuelo**: \$14.000
- Remera del Andar**: \$6.000

At the bottom of the grid is a small orange downward-pointing arrow. The footer is an orange bar containing social media icons for YouTube, Facebook, and Instagram, all labeled 'somos simbiosis', and a WhatsApp icon labeled 'Contacto'.

The screenshot shows a web browser window with the URL www.somos.simbiosis.com.ar. The page features the brand logo 'SIMBIOSIS' in orange and navigation links for 'Nosotros', 'Dónde estamos', 'Hacer simbiosis', and 'Tienda'. The main content area displays four photographs of a woman wearing a white, textured, long-sleeved top in a desert landscape. To the right, the product details are listed: 'Camisola Nude' for \$10.000, color 'Blanco crudo', fabric 'Bambula', and sizes 'XS S M XL XXL'. A quantity selector is set to 1. Below the product name are three links: '¿Quién hizo esta prenda? >', 'Comprar en local/taller de la marca >', and 'Consultar tabla de tallas >'. A red button labeled 'AGREGAR AL CARRITO' is positioned above a Simbiosis logo icon. At the bottom of the product section, a sustainability note reads: 'Prenda realizada cuidando los residuos de producción, contiene tela reciclada, dándole una segunda vida útil.'

Nosotros Dónde estamos

SIMBIOSIS

Hacer simbiosis Tienda

ANDAR ORIGEN ★★★★★

Camisola Nude \$10.000

Color: Blanco crudo

Tela: Bambula

Talle: XS S M XL XXL


Cantidad: 1 2 3 4 5 +

[¿Quién hizo esta prenda? >](#)





[Comprar en local/taller de la marca >](#)

[Consultar tabla de tallas >](#)

AGREGAR AL CARRITO



Prenda realizada cuidando los residuos de producción, contiene tela reciclada, dándole una segunda vida útil.

 [somos.simbiosis](#)  [Somos Simbiosis](#)  [somos.simbiosis](#)  [Contacto](#)

Somos Simbiosis - Otro sitio real x

www.somos.simbiosis.com.ar

Nosotros Dónde estamos

SIMBIOSIS

Hacer simbiosis Tienda

ANDAR ORIGEN

Camisola Nude \$10.000

Detalle
Color: Blanco crudo
Tela: Bambula
Talle: **M**
Cantidad: **1**
Envío: Gratis desde \$20.000
Devolución gratis en un plazo de 14 días

[Cupón de descuento >](#)

[Medio de pago >](#) [Tarjeta de débito](#)

[Calcular envío >](#) [Retiro en local](#)

Subtotal \$10.000

IR A PAGAR

[Sumar prendas antes de pagar >](#)

somos.simbiosis Somos Simbiosis somos.simbiosis Contacto

9.6 Etiquetas secundarias de prendas

A continuación, se muestran las etiquetas colocadas en una colección capsula de la marca NoFunka (Instagram @nofunka)

Etiqueta secundaria colgante y sticker

Anverso



Reverso



Escala 1:1

Sticker



Anverso de etiqueta principal y reverso de etiqueta secundaria colgante



Reverso de etiqueta principal y anverso de etiqueta secundaria colgante



Sticker

Pegada en anverso de etiqueta principal, no debe tener impresiones en su reverso.



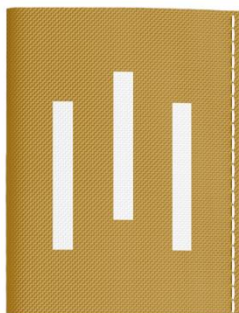
Reverso de etiqueta principal con sticker



Etiqueta secundaria de tela

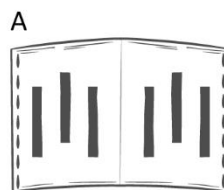
En el instructivo de etiquetado y fotografía, se detallan las medidas para que cada marca, realice las etiquetas bordadas con la tela que prefiera. Con única condición de que el bordado sea blanco.

Etiqueta A



Escala 1:2

Reverso



Escala 1:1



Etiqueta secundaria en pantalones largos



Etiqueta secundaria en pantalones largos



Etiqueta secundaria en prendas superiores



9.7 Instructivo de etiquetado y fotografía

En el siguiente enlace a drive, se puede descargar o visualizar dicho instructivo, en el cual, indica cómo realizar las etiquetas secundarias de tela de simbiosis, su posición en las prendas y los requisitos de fotografías para página web. También puede ver en el (Anexo 2)

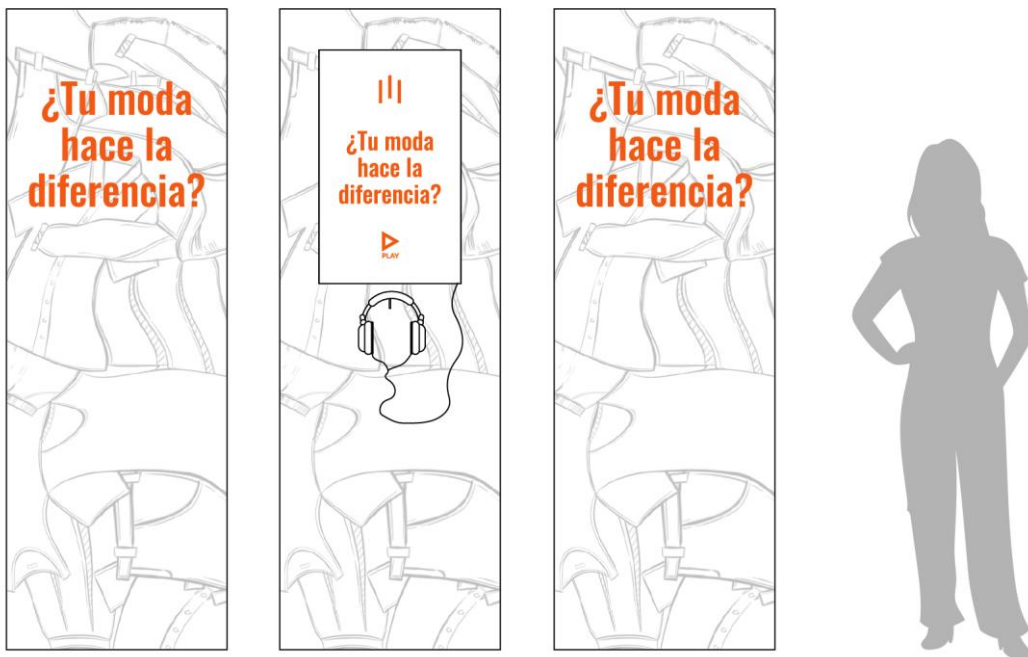


9.8 Totem con video de difusión

En este qr se podrá reproducir el video de difusión de Simbiosis, que tiene la intención de captar la atención de diseñadores de indumentaria que asisten a las ferias, es por ello que se coloca en las más reconocidas a nivel provincial.



3 caras del totem Escala 1:24



STORYBOARD - VIDEO DE TOTEM PARA DISEÑADORES

Duración: 1 minuto. El totem donde se muestra el video estará instalado en diferentes ferias de diseño, con un sonido ambiente elevado y alta contaminación visual.



1° Slogan con el signo de play en la pantalla para ver la animación con auriculares.



2° Inicia video con voz en off "Somos un círculo de marcas y diseñadores de indumentaria haciendo la diferencia en nuestros proyectos, aprendemos, producimos y vendemos con un valor agregado, simbiosis es un proceso que se divide en tres partes..."



3° Continúa video con voz de la persona en pantalla "Iniciamos en Sis, el área formativa, dónde aprendemos de profesionales sobre la contaminación textil y como generar cambios positivos en la producción..."



5° Continúa video con voz de la persona en pantalla "Una vez aprendido esto pasamos a Bio, el área sustentable, reutilizamos las telas de ropa que llega a nuestros depósitos de recolección, generando prendas nuevas realizadas por los talleres de cada marca del círculo..."



6° Continúa video con voz de la persona en pantalla "Y por último llegamos a Sim, el área económica, donde con las redes sociales y tienda online, generamos un flujo económico en las marcas del círculo, aplicando estrategias de venta y difusión..."



7° Continúa la voz de la última persona en pantalla pero en off "Únete al círculo, sé parte de la diferencia, te esperamos."

4° Continúa video con voz en off "Somos parte de la industria textil que se preocupa por el medio ambiente y accionamos. En los procesos de producción cuidamos nuestra economía, cómo también nuestros residuos y los de terceros, esto nos posiciona con una imagen positiva en el mercado que no todos pueden tener, en Simbiosis marcamos la diferencia..."

Totem, cara con tv, ubicado en Feria Uchis – Salón Gran Calivar



Totem, caras sin tv, ubicado en Feria Uchis – Salón Gran Calivar



9.9 Contenedores de recolección de ropa

Estos estarán en los shopping con mayor concurrencia de la provincia, dónde en proyectos de reciclaje como Misión Buen Ambiente, estos lugares tuvieron muy buena recolección de textiles, no así en otros puntos públicos de provincia.

3 caras del contenedor Escala 1:24



Detalle de caras con texto

ESTE AÑO TAMPOCO LA USASTE

DONÁ TU ROPA OLVIDADA EN EL PLACARD

Somos un círculo de marcas de indumentaria que producimos prendas con telas reutilizadas de tu ropa que no usas, reduciendo residuos textiles en medio una urgencia medio ambiental.

Escaneá el qr y conocenos.



@somos.simbiosis

Shopping Paseo San Juan



Shopping Espacio San Juan



Shopping Alvear



9.10 Redes sociales

Los siguientes QR redirigirán a las redes sociales de Simbiosis para ver su funcionamiento, Instagram y TikTok respectivamente.

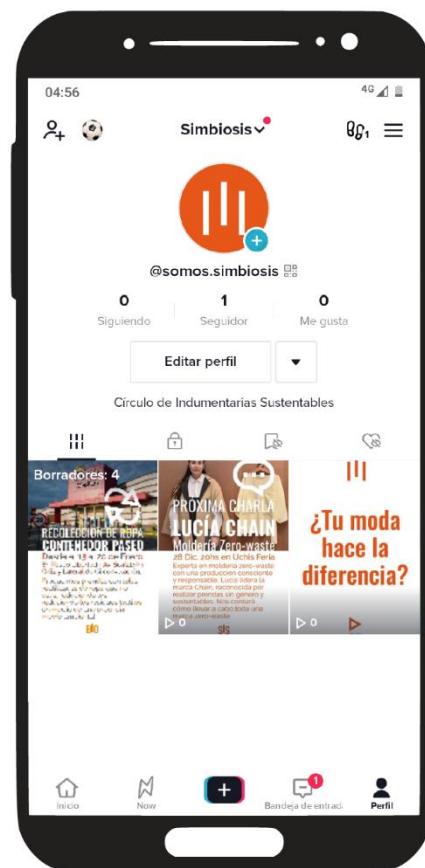
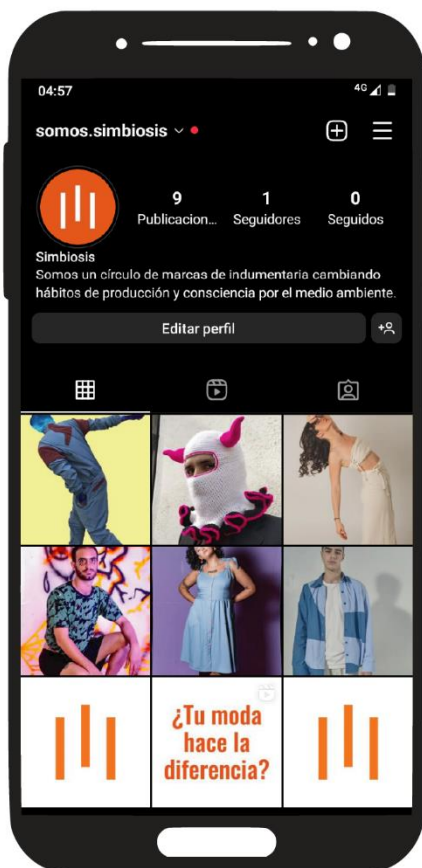
Instagram



TikTok



Perfiles de Instagram y TikTok


















10. Informe técnico

10.1 Página Web

Realizada con el sistema de gestión de contenido WordPress.

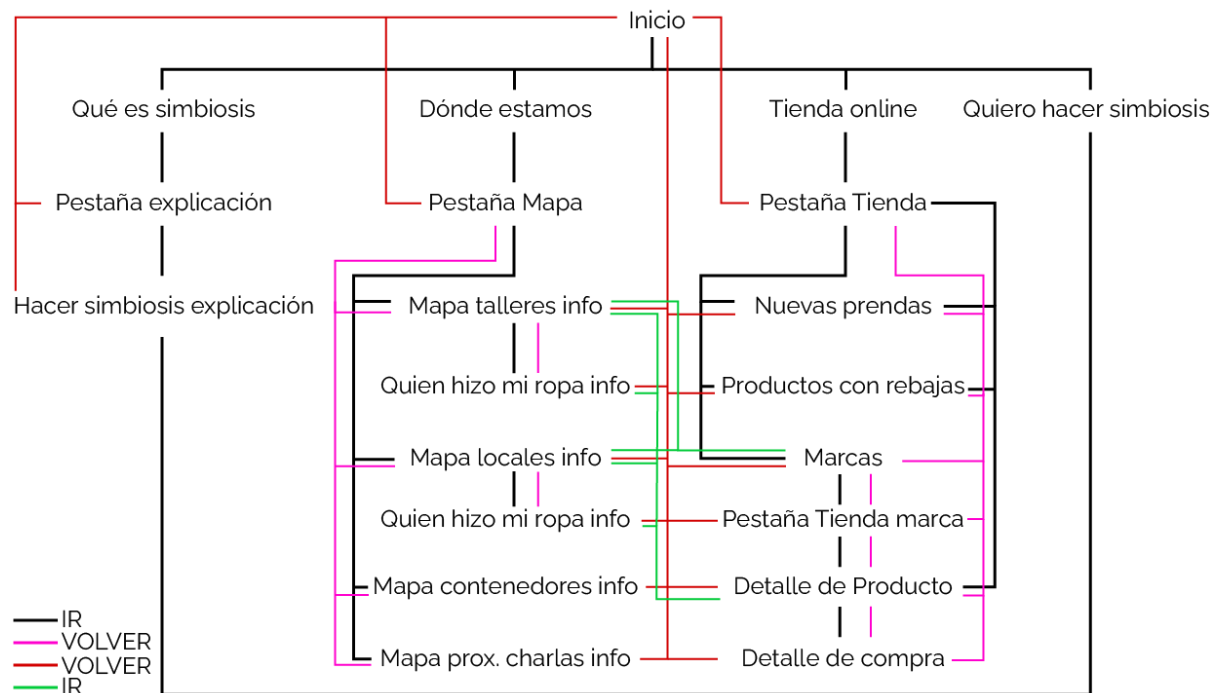
Retícula de la página web, en la misma se toman como guías principales las verticales, mientras que las horizontales son dependiendo del contenido.

La misma no posee medidas específicas en ningún tipo de unidad ni píxeles debido a que se adapta a los distintos tamaños de los monitores manteniendo sólo la relación de aspecto. La página web tiene la intención de informar sobre simbiosis, con una forma discursiva expositiva y comercializar los productos con una forma discursiva descriptiva.

Nosotros		Donde estamos		SIMBIOSIS		Hacer simbiosis		Tienda	
									
QUIENES SOMOS		TIENDA		DONDE ESTAMOS					
				Quiero hacer SIMBIOSIS					
				Todo cambio tiene un proceso. en Simbiosis se divide en tres. Conocé las Áreas. se parte del movimiento >					
		<p>Quienes somos</p> <p>Un círculo de marcas de indumentarias reunidas por un bien común</p> <p>Conocenos ></p>				<p>Reutilizamos tu ropa</p> <p>A tus prendas olvidadas en el placard, les damos una nueva vida.</p> <p>Dejanos la que no usás ></p>			
								<p>Donde estamos</p> <p>Charlas, contenedores de recolección y nuestros locales o talleres.</p> <p>Veni a visitarnos ></p>	
									
@andarorigen		@cuir_moda		@alquimia.by.ari		@vigiloneek		@soyas.indumentaria	
									
somos.simbiosis		Somos Simbiosis				somos.simbiosis		Contacto	

Arquitectura de la información

En el estudio previo, es dónde se logra divisar las necesidades, cuántas pestañas, vínculos, botones y pantallas son necesarias para producir la web.



10.2 Redes Sociales

Las redes sociales tienen la intención de informar sobre simbiosis e incentivar las ventas con una forma discursiva descriptiva.

Instagram

En Instagram para fotografías y flyers en feed, se utilizará el formato vertical de 1080 px por 1350 px, con una relación de aspecto de 4:5.

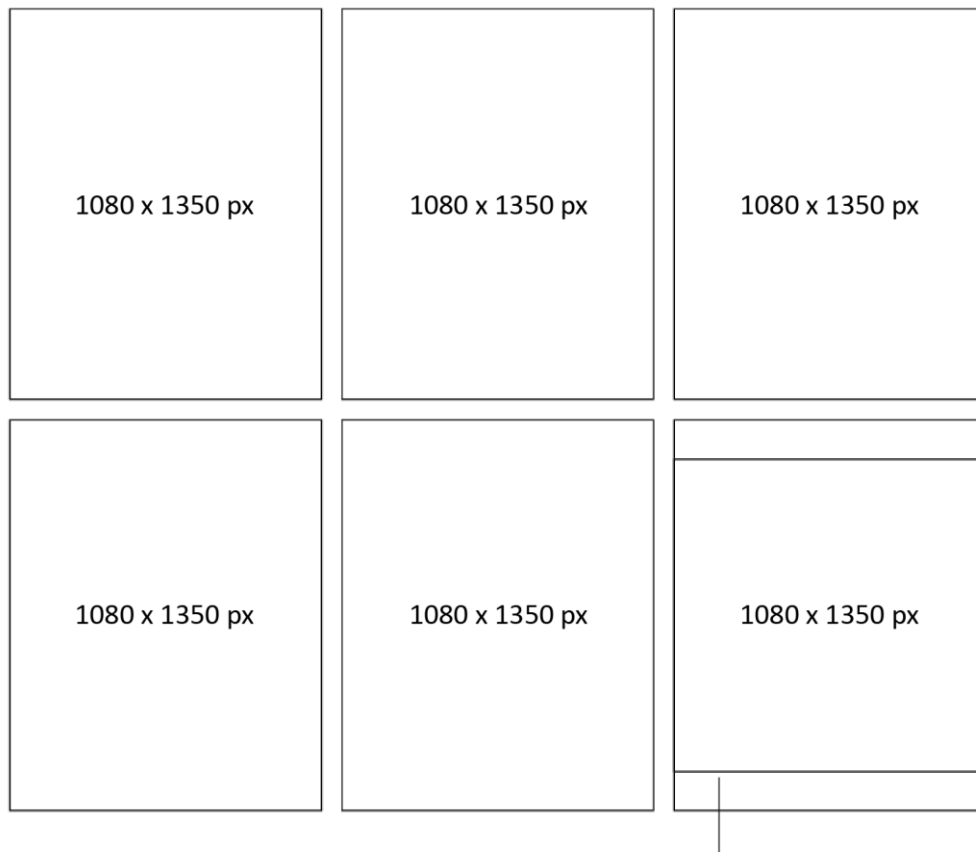
Para las animaciones, fotografías, flyers y videos para historias, se utilizará un formato vertical de 1080 px por 1920 px, con una relación de aspecto de 9:16

Para las animaciones y videos para reels, se utilizará un formato vertical de 1080 px por 1920 px, con una relación de aspecto de 9:16.

Tiktok

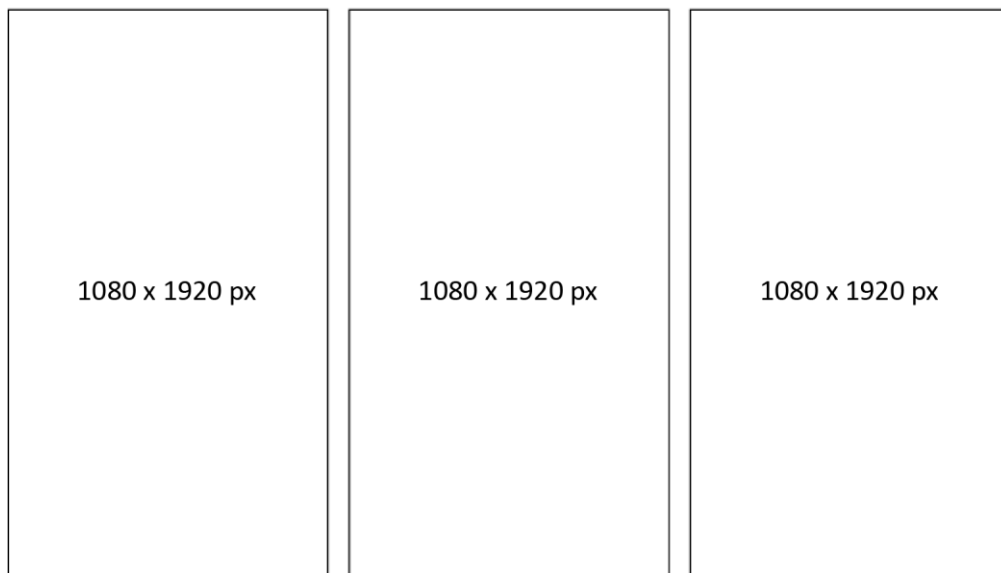
Para las animaciones y videos para reels e historias de esta red, se utilizará un formato vertical de 1080 px por 1920 px, con una relación de aspecto de 9:16.

Feed Instagram, fotos, flyers y reels



Visibilidad en feed de 1080 x 1080px

Feed Tik tok, reels e historias de instagram



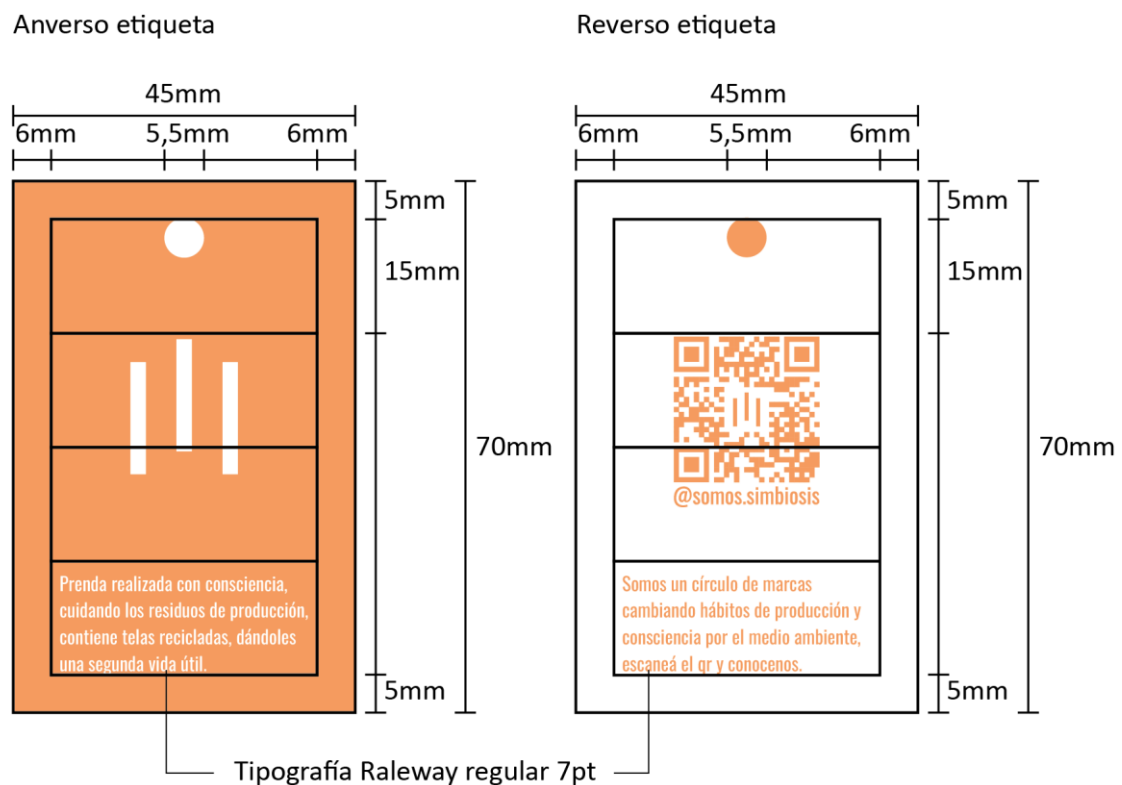
10.3 Etiquetas secundarias

A las marcas que se unen al proyecto se les otorgan las etiquetas secundarias colgantes y los stickers para las prendas, las cuales tienen la intención de distinguir e informar utilizando una forma discursiva descriptiva, es clave en estas piezas la utilización del iso como un código identificativo, en el cuál su fin no es informar qué es simbiosis, sino simplemente lograr identificar que las prendas están realizadas con residuos textiles y cuidando el medio ambiente, tiñendo así, de manera progresiva, el iso.

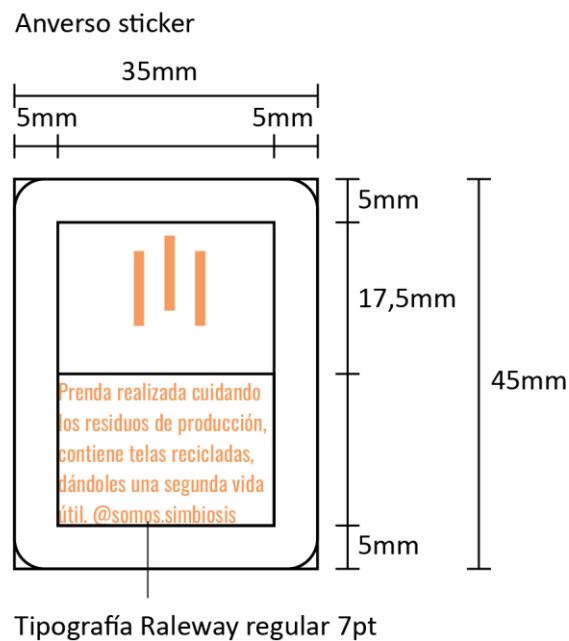
La etiqueta secundaria colgante se imprime en serigrafía a un color, con un papel reciclado de 200g.

El sticker para etiquetas de marcas se imprime en impresión laser full color, con un papel autoadhesivo de 90g, las misma sólo debe implementarse en las etiquetas de las marcas del círculo que en su reverso esté libre de contenido y que decidan no utilizar la etiqueta secundaria colgante.

Escala: 1:1 Unidad de medida: Milímetros

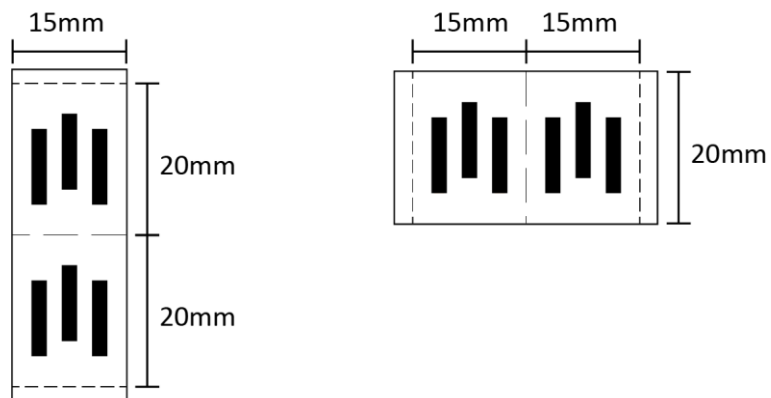


Escala: 1:1 Unidad de medida: Milímetros



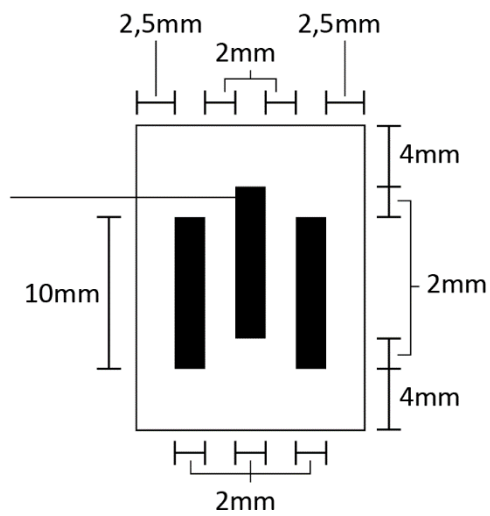
La etiqueta secundaria de tela, se produce con la tela más conveniente para la marca que la produce para sus prendas, de cualquier color, ya sea alusivo a la marca o a la prenda. Sólo queda exceptuado el uso del tono blanco de tela debido a que el bordado del iso debe ser si o si blanco.

Escala: 1:1 Unidad de medida: Milímetros



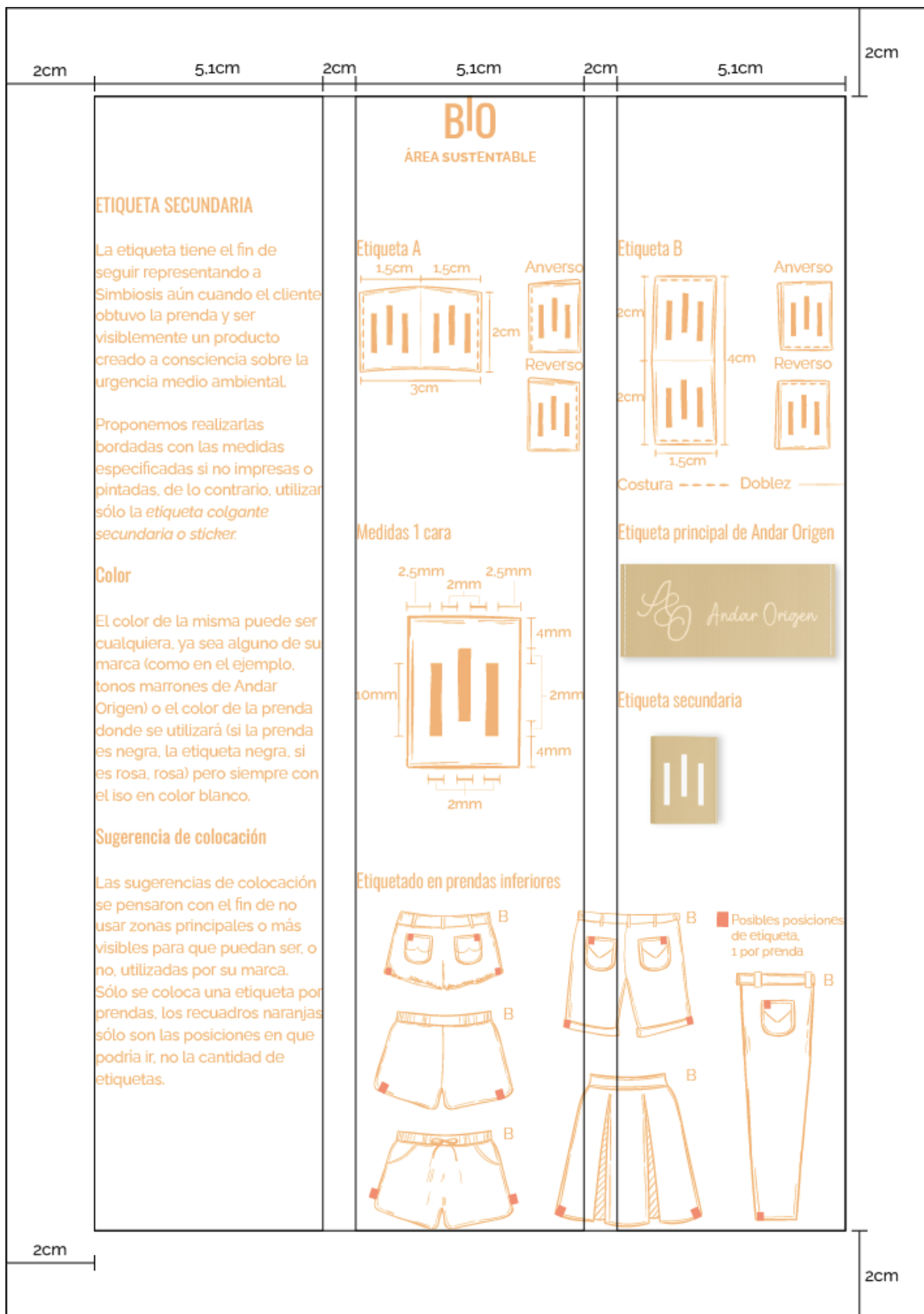
Escala: 2:1 Unidad de medida: Milímetros

El iso tiene una modificación en su espesor, debido a la técnica de bordado que se utiliza para reproducirlo sobre tela.



10.4 Instructivo de etiquetado y fotografías

El mismo será enviado vía mensaje privado por redes sociales o What's App. Es imprimible ya que se construye sobre una hoja A4 y queda a decisión de quien lo recibe, ósea de cada diseñador. Su retícula es similar a la utilizada en la web, pero adaptada a este formato.



10.5 Totem con video de difusión

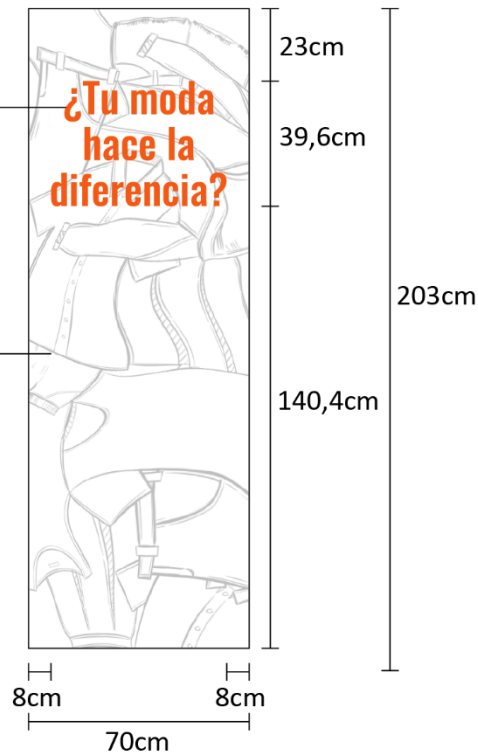
El tótem con la animación, colocado estratégicamente en ferias de diseño, es una pieza para el público de diseñadores y marcas, con la intención de que conozcan y se sumen al proyecto utilizando una forma discursiva argumentativa, preguntando sobre algo poco específico para generar intriga y utilizando palabras claves como “moda” y “diferencia” captando la atención de dicho público.

Escala 1:24 Unidad de medida: Centímetros

Vista lateral cara 2 y 3

Letras corpóreas en Polifan,
espesor de 2cm
Tipografía Oswald semibold 368pt

Madera plástica reciclada
espesor de 1,5cm aplicada
doble con un espesor total
de 3cm. Revestida con
prendas blancas cosidas
entre sí y unidas con chinchas
a la madera, generando
una textura.

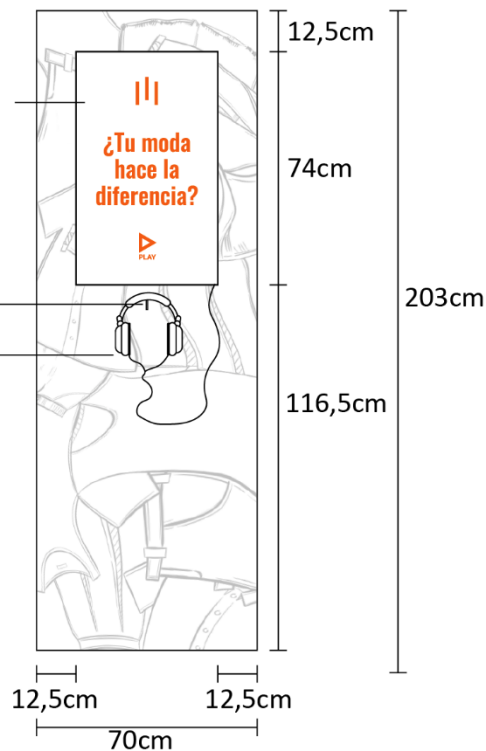


Vista lateral cara 1

TV LG 32LN540B de 1260 x 768px,
relación de aspecto 16:9 para
reproducir video

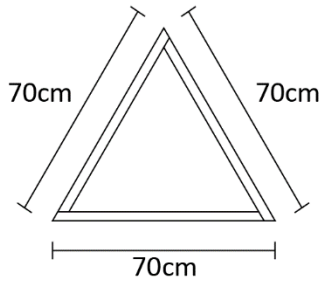
Gancho de Línea Práctica de
acero para hogar

Auriculares Igoodlo IG-1007
para escuchar video

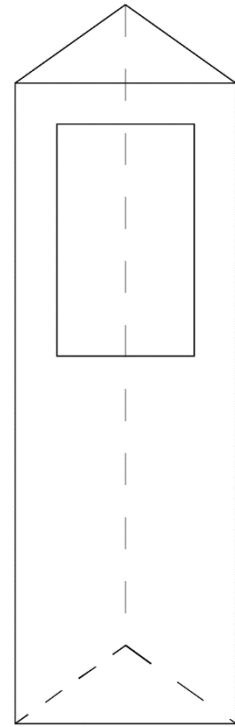


Escala 1:24 Unidad de medida: Centímetros

Vista superior

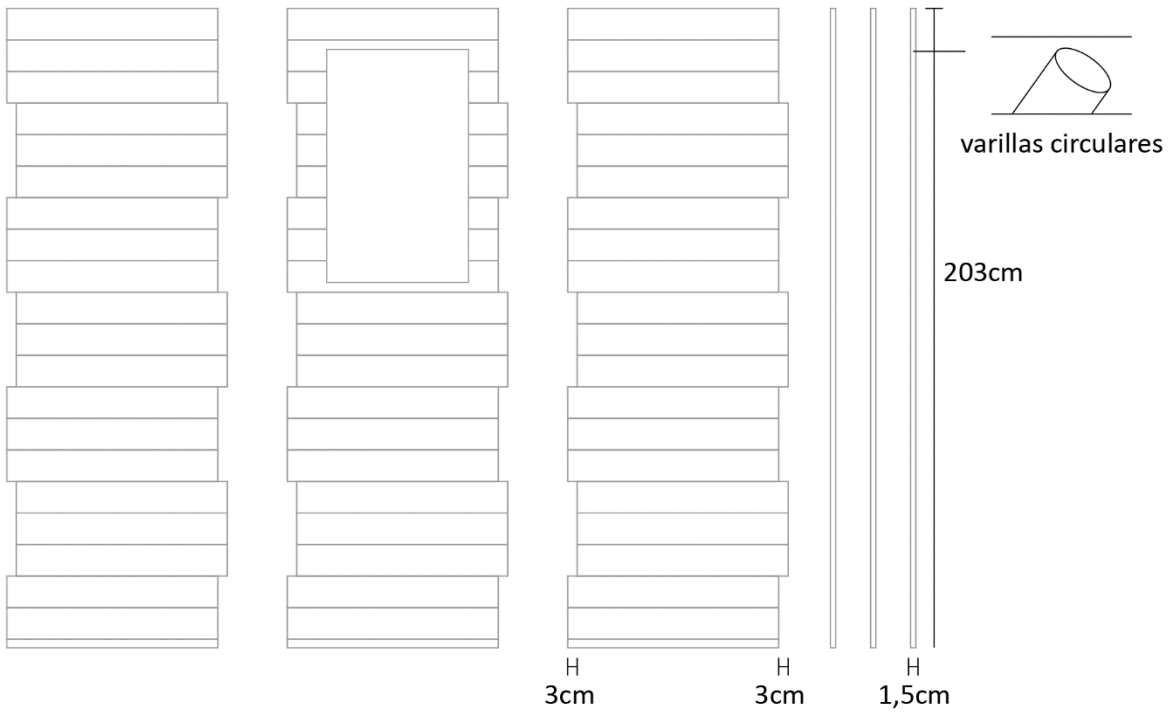


Vista Perspectiva

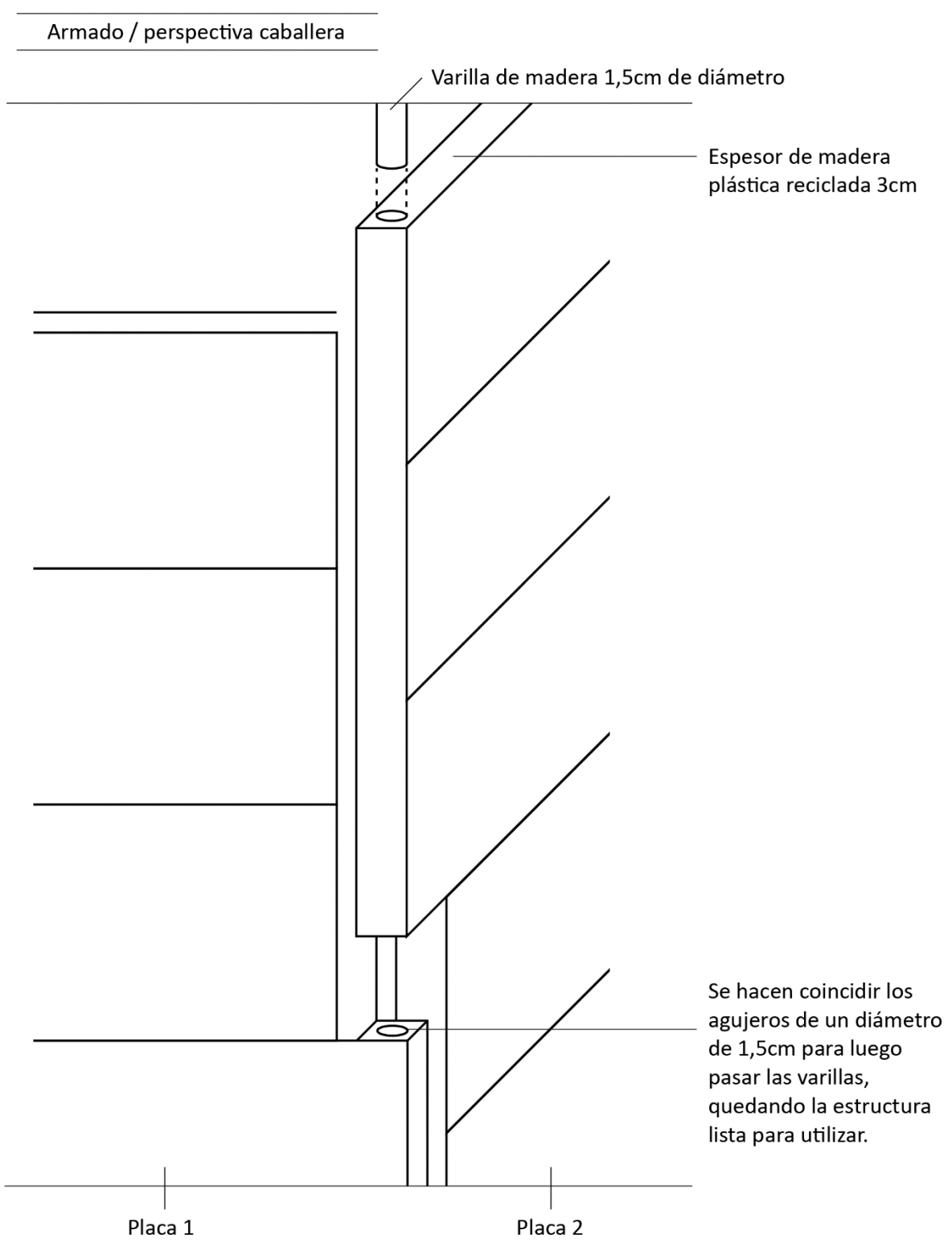


Unidades para armado

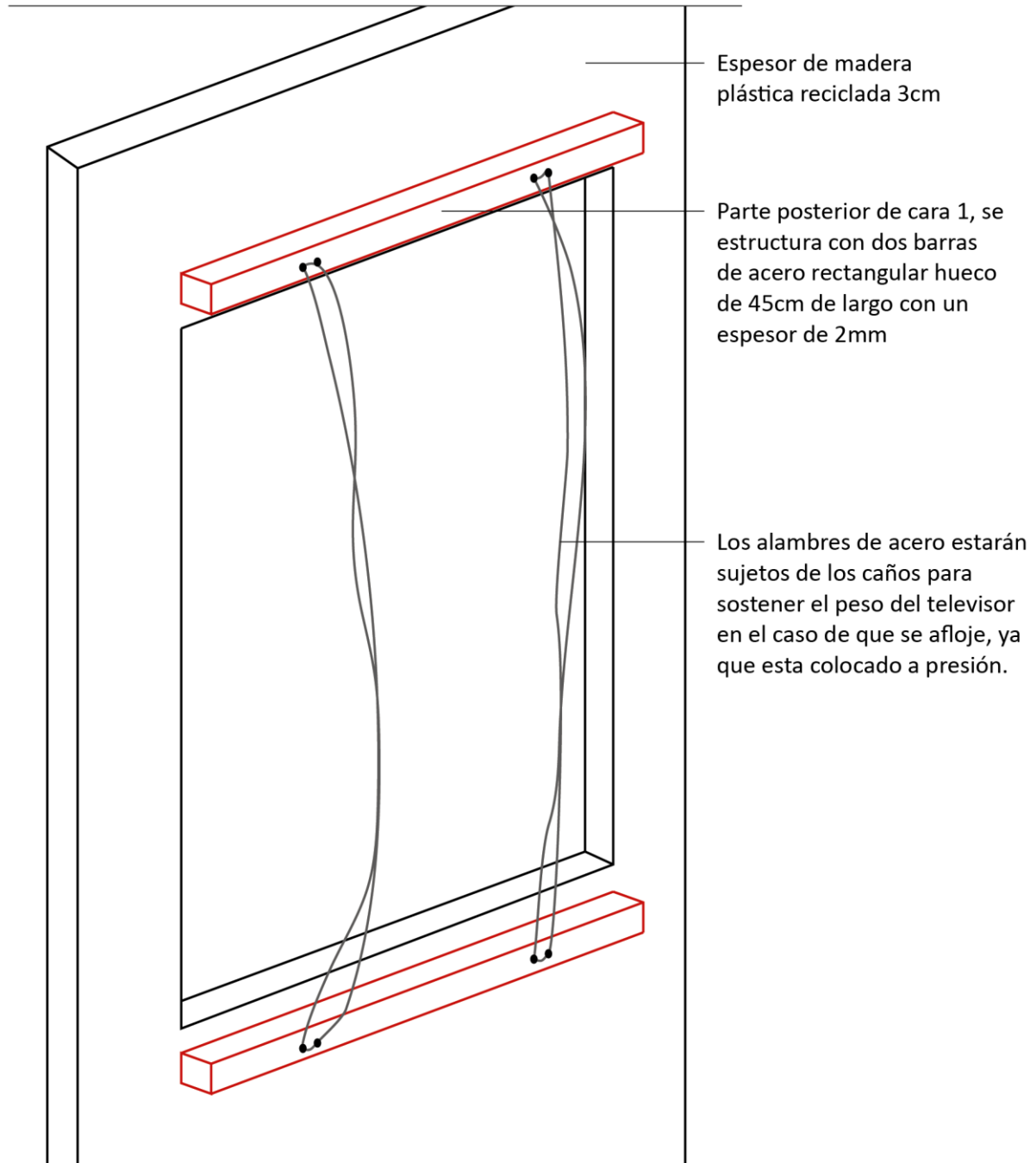
- 3 placas de madera reciclada doble, espesor de 3cm
- 3 varillas de madera redondas con un diametro de 1,5cm



Escala 3,5:1 Unidad de medida: Centímetros



Detalle de soporte de tv - Vista perspectiva



Story board video

STORYBOARD - VIDEO DE TOTEM PARA DISEÑADORES

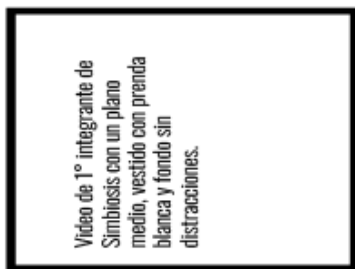
Duración: 1 minuto. El totem donde se muestra el video estará instalado en diferentes ferias de diseño, con un sonido ambiente elevado y alta contaminación visual.



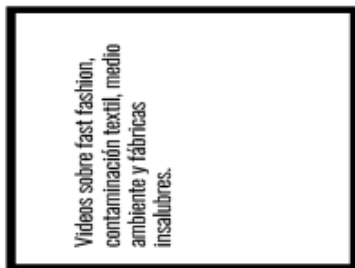
1 Slogan con el signo de play en la pantalla para ver la animación con auriculares.



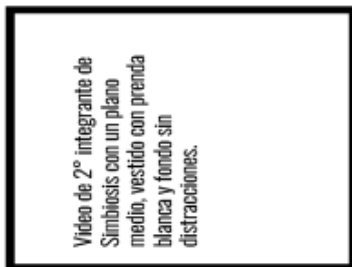
2 Inicia video con voz en off "Somos un circulo de marcas y diseñadores de indumentaria haciendo la diferencia en nuestros proyectos, aprendamos, producimos y vendemos con un valor agregado, simbiosis es un proceso que se divide en tres partes..."



3 Continúa video con voz de la persona en pantalla "Iniciamos en Sis, el área formativa, donde aprendimos de profesionales sobre la contaminación textil y cómo generar cambios positivos en la producción..."



4 Continúa video con voz en off "Somos parte de la industria textil que se preocupa por el medio ambiente y accionamos. En los procesos de producción cuidamos nuestra economía, como también nuestros residuos y los de terceros, esto nos posiciona con una imagen positiva en el mercado que no todos pueden tener, en Simbiosis marcamos la diferencia..."



5 Continúa video con voz de la persona en pantalla "Una vez aprendido esto pasamos a Bio, el área sustentable, reutilizamos las telas de ropa que llega a nuestros depósitos de recolección, generando prendas nuevas realizadas por los talleres de cada marca del círculo..."



6 Continúa video con voz de la persona en pantalla "Y por último llegamos a Sim, el área económica, donde con las redes sociales y tienda online, generamos un flujo económico en las marcas del círculo, aplicando estrategias de venta y difusión..."



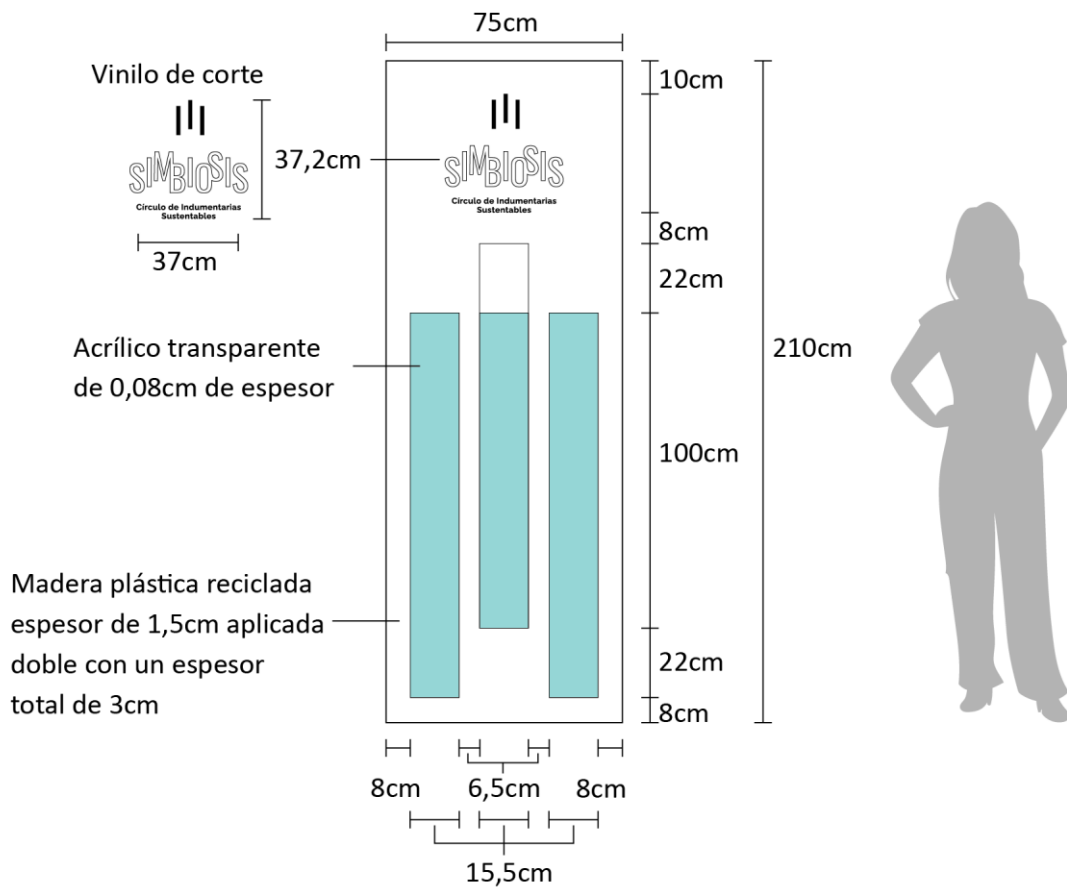
7 Continúa la voz de la última persona en pantalla pero en off "Únete al círculo, sé parte de la diferencia, te esperamos..."

10.6 Contenedores de recolección de ropa

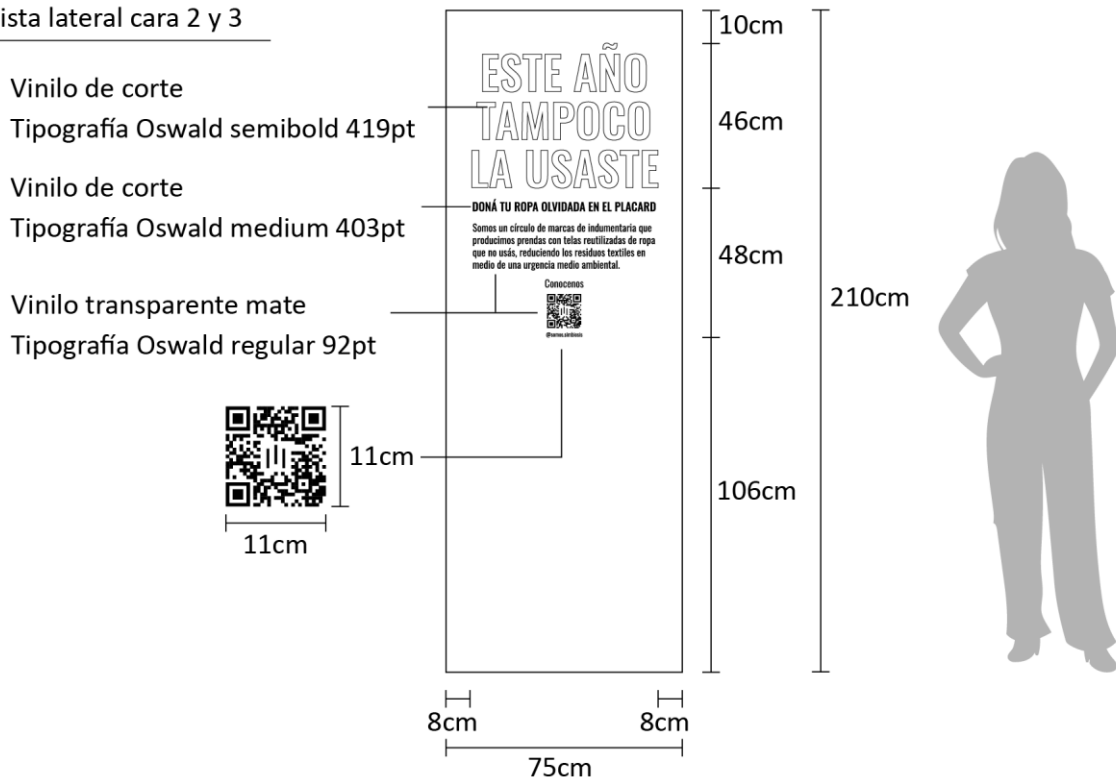
Para generar las prendas dentro del círculo, a cada marca que se le otorgan telas recicladas de la ropa que dona la gente en los contenedores de recolección, ubicados estratégicamente en shoppings, con una forma discursiva argumentativa, con la intención de generar conductas en el receptor.

Escala 1:24 Unidad de medida: Centímetros

Vista lateral cara 1

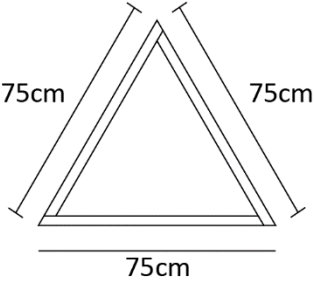


Vista lateral cara 2 y 3

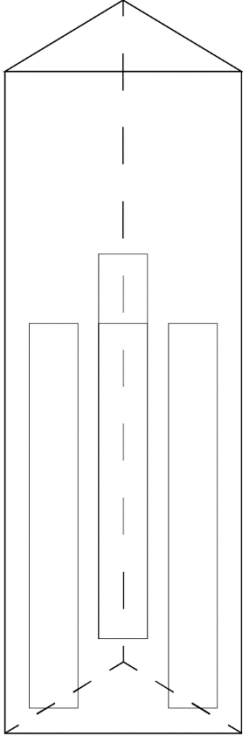


Escala 1:24 Unidad de medida: Centímetros

Vista superior

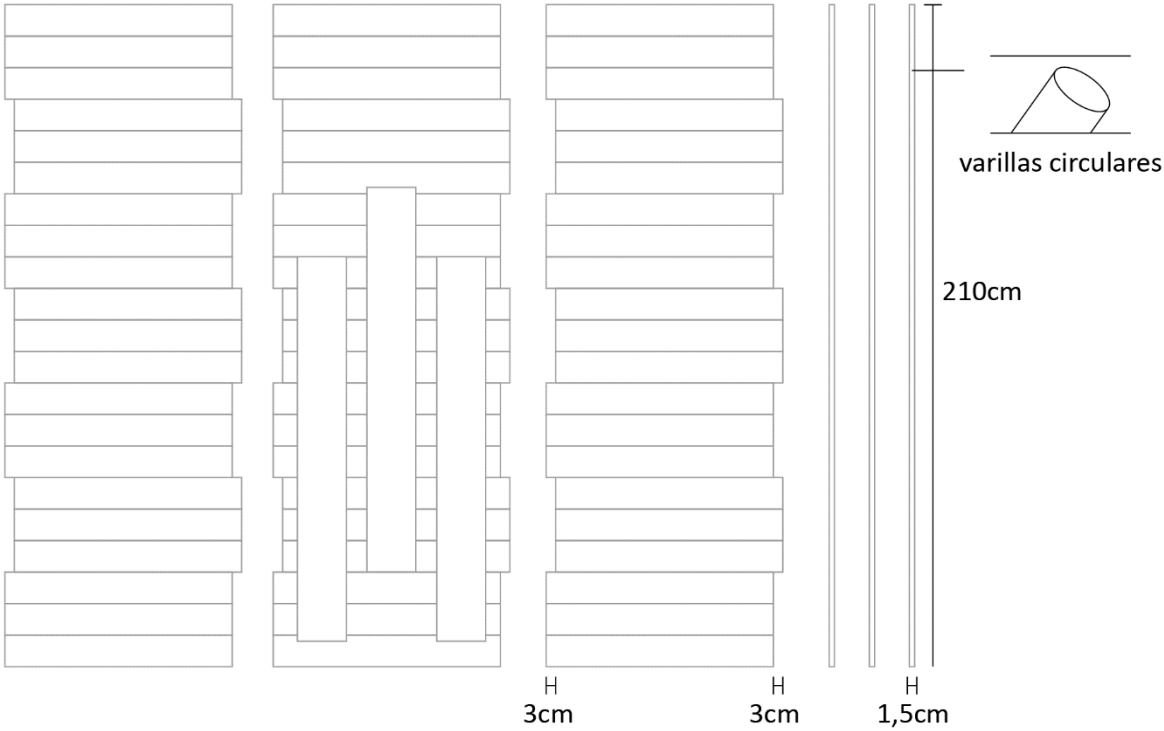


Vista Perspectiva

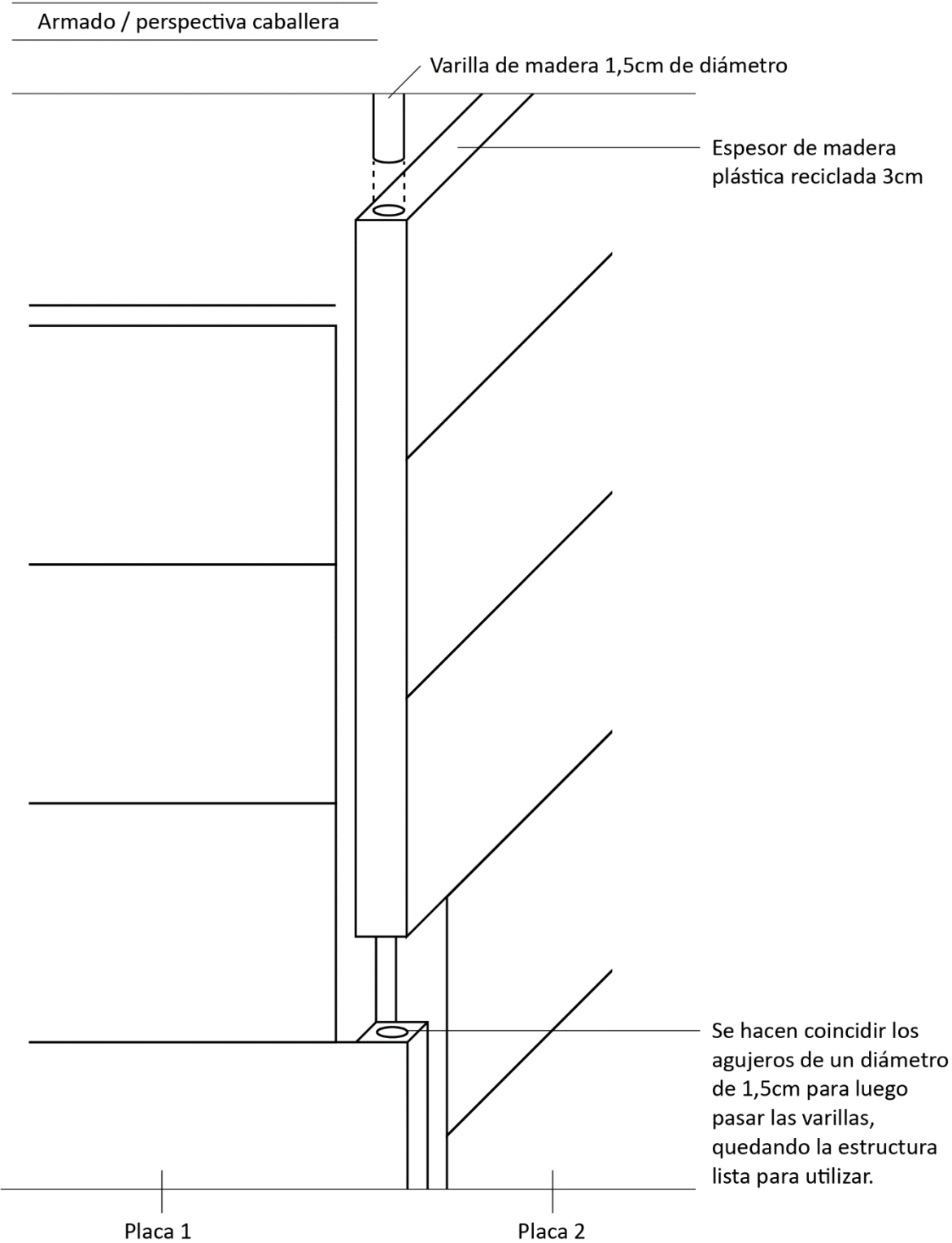


Unidades para armado

- 3 placas de madera reciclada doble, espesor de 3cm
- 3 varillas de madera redondas con un diametro de 1,5cm



Escala 3,5:1 Unidad de medida: Centímetros



11. Bibliografía

-Battu, M. (12/11/2021). Visión Global. Fast fashion: contaminación ambiental y dinámica de esclavitud. Recuperado de <https://visioglobl.com/fast-fashion-contaminacion-ambientalesclavitud/#:~:text=Actualmente%2C%20desechamos%20m%C3%A1s%20de%2016.000,un%20400%25%20a%20nivel%20global.>

-Carpintero M. (2022) El marketing de Influencia. Moda rápida y consumismo. [Tesis de grado, Universidad de Valladolid].

-Greenpeace México (29/01/2021) Fast fashion: de tu armario al vertedero. Recuperado de <https://www.greenpeace.org/mexico/blog/9514/fast-fashion/>

-Color, el diagrama de la mente humana de Goethe. (22.04.2019) Recuperado de <http://www.eduardozamarro.com/blog/?p=1650>

-Juste I. (30/05/2022) Ecología Verde. Qué es el Medio Ambiente: definición y resumen. Recuperado de <https://www.ecologiaverde.com/que-es-el-medio-ambiente-definicion-y-resumen-1674.html>

- Manzini, E. (2015), *Cuando todos diseñan, una introducción al diseño para la innovación social*, Fedrigoni, Madrid.

-Qué es el Medio Ambiente: definición y resumen. Recuperado de <https://www.ecologiaverde.com/que-es-el-medio-ambiente-definicion-y-resumen-1674.html>