



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE SAN JUAN  
**Facultad de Arquitectura  
Urbanismo y Diseño**

Trabajo final de **DISEÑO GRÁFICO**

**Año 2023**

# **Consumo textil sostenible.**

Cinthia Mercedes **Gil Benegas**

---

Profesora Titular **D.G. Silvina Vázquez**  
Profesora Adjunta **D.G. Natalia Morales**  
Profesora J.T.P **D.G. Yanina Pasin**

# ABSTRACT

## **Abstract.**

La Trueca es un proyecto que tiene como objetivo la creación de una comunidad que promueva el consumo responsable y reduzca el impacto ambiental de la industria textil. Se fundamenta en los principios de la economía circular, abarcando las áreas económica, social y ambiental. Su pilar principal es fomentar un consumo consciente, brindando apoyo económico a las familias y promoviendo un cambio cultural en la sociedad a través del trabajo comunitario.

# ÍNDICE

# Indice

<b>1. TEMA</b> .....	6
<b>2. MOTIVACIÓN PERSONAL</b> .....	8
<b>3. PROBLEMÁTICA</b> .....	10
3.1. <i>Análisis contextual</i> .....	11
3.2. <i>Marco Referencial</i> .....	12
<i>Presentación del área de estudio</i> .....	12
<i>Comitentes, actores y destinatarios</i> .....	16
<i>Reciclar: Social</i> .....	16
<i>Reutilizar: Económica</i> .....	17
<i>Reducir: Ambiental</i> .....	18
3.3. <i>Marco Teórico</i> .....	28
<i>Ambiental</i> .....	21
<i>Social</i> .....	21
<i>Económica</i> .....	22
3.4. <i>Antecedentes</i> .....	28
<b>4. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA</b> .....	32
4.1. <i>Objetivos</i> .....	33
4.2. <i>Definición Estratégica</i> .....	34
<i>Recolección de datos</i> .....	35
<i>Estrategia Conceptual</i> .....	38
<i>Estrategia Creativa</i> .....	38
<i>Plan de acción - Programa de diseño</i> .....	40
<b>5. ANTEPROYECTO</b> .....	43
<i>Moodboard</i> .....	45
5.1. <i>Identidad</i> .....	46
<b>6. PROYECTO</b> .....	49
6.1. <i>Identidad</i> .....	51
<i>Aplicación de marca</i> .....	52
<i>Tipografía</i> .....	53
<i>Paleta cromática</i> .....	54
<i>Iconografía / señalética</i> .....	54
<i>Graficos vectoriales</i> .....	57
<i>Collage Digital</i> .....	58
<i>Códigos lingüísticos</i> .....	59
6.2. <i>Sistema del espacio en plazas</i> .....	60
<i>Espacio físico</i> .....	60
<i>Espacio virtual</i> .....	64
6.3. <i>Contextualización</i> .....	69
<b>7. NORMATIVAS DEL SISTEMA</b> .....	74
<b>8. INFORME TÉCNICO</b> .....	83
<b>9. Conclusión</b> .....	85
<b>10. Agradecimientos</b> .....	87
<b>11. Bibliografía</b> .....	89
<b>12. Anexo</b> .....	94

# 1. TEMA

# 1. TEMA

**Consumo textil sostenible.**

*Capital, San Juan.*

## **2. MOTIVACIÓN PERSONAL**



## 2. MOTIVACIÓN PERSONAL

Siempre me ha interesado el mundo de la costura y he encontrado la manera de combinarlo con el diseño gráfico tanto en mi vida personal como profesional, a través de mi marca de ropa.

Por esa razón, al elegir un tema para mi proyecto final, decidí unir estas áreas y enfocarme en ideas que promuevan el cuidado del medio ambiente, tal como ha mencionado anteriormente Irene Vega. Tomé en cuenta el concepto de "estabilidad ambiental" (2020) y la importancia del consumo responsable en el mercado local. Estos aspectos están muy presentes en mi emprendimiento y en mi estilo de vida.

He decidido comprometerme con estas áreas y explorar el diseño para la innovación social, donde el co-diseño adquiere gran relevancia.

## **3. PROBLEMÁTICA**

### 3.1. Análisis Contextual.

La industria textil, de la mano de las necesidades del capitalismo, implica una larga cadena de producción, distribución, consumo y uso de recursos, que van desde la obtención de la materia prima, fabricación de textiles, teñido, estampado, confección de las prendas, además de la logística de cada etapa hasta el último punto venta al por menor, el uso del consumidor y el final de su vida útil.

Las comunidades post sociales (componente degenerativo del concepto) y, más aún, las de la sociedad de mercado neoliberal, como política burocrática y macroeconómica, convocan generar agresiones al ambiente como: la degradación de suelos, deforestación, desperdicio de agua, químicos perjudiciales para la salud y ambiente y la gran cantidad de residuos textiles que se generan durante la fabricación de prendas, para luego recuperar menos del 1% el material textil utilizado.

Otro aspecto a señalar es la perspectiva feminista y abolicionista de la esclavitud sobre las tareas de desigualdad y dependencia del rol de la mujer en relación de la producción de la industria.

Teniendo en cuenta todas las problemáticas planteadas en la industria textil, es importante reconocer lo que sucede en el panorama local Sanjuanino, sumando el arraigo personal que me atraviesa.

En la provincia de San Juan hay varias aristas que afectan a la industria textil, en el ciclo de vida de una prenda, hay toda una cadena de procesos desde la fabricación con empresas textiles como Danyo, Terra, Vicunha, Andina y Ansilta. Luego sale a la venta a través del área de consumo, en Capital se localiza el paseo comercial a cielo abierto más representativo de la provincia. Y cuando “finaliza” el uso, encontramos mercados privados como “el mercadillo” en donde se puede realizar una venta/ compra de la prenda, logrando una continuidad del ciclo de vida de la misma.

En la actualidad existen algunas acciones que tienen en consideración seguir el ciclo de la vida útil de la prenda, sin embargo aún no se llevan a cabo acciones concretas y representativas que lleven hacia un modelo más circular. Un ejemplo de esto es que muchas ferias independientes suelen agruparse para lograr mayor visibilidad y asistencia en donde se realice. Todo esto afecta a nuestra realidad del día a día, es importante introducir un proceso circular conducido por la reciclabilidad de las prendas en San Juan, impactando directamente con la industria de la moda que es la segunda más contaminante del mundo. (UNCTAD)

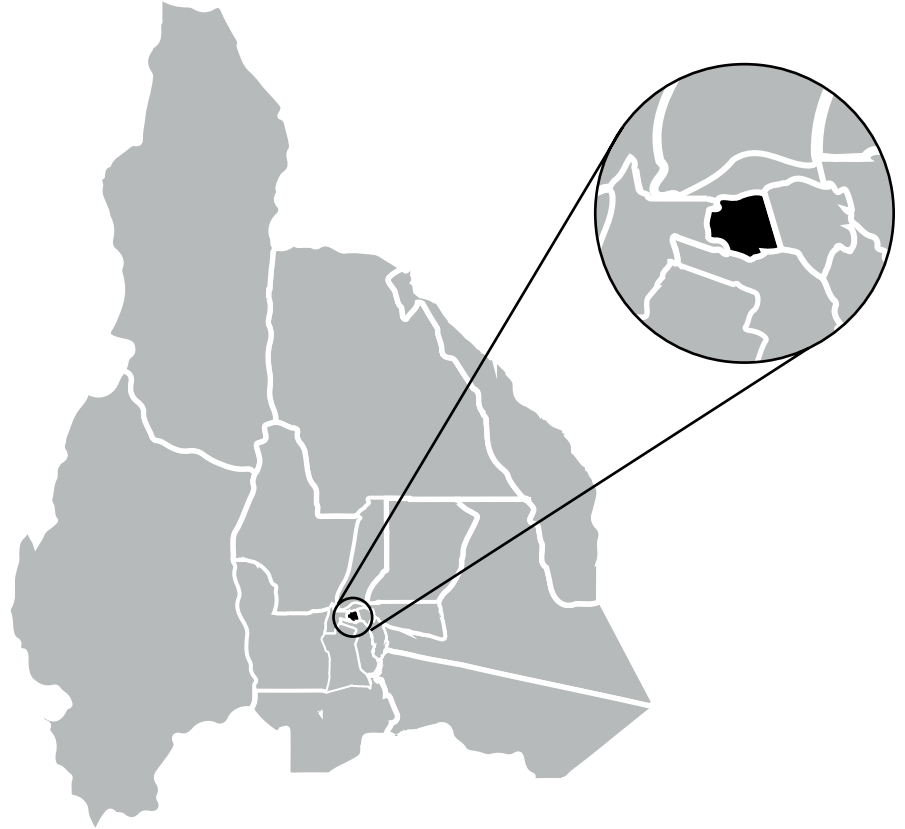


## 3.2. MARCO REFERENCIAL:

### Presentación del área de estudio.

*Localización del departamento de Capital a escala provincial.*

**Ciudad de San Juan, San Juan, Argentina.**



*Fuente: Atlas socioeconómico de San Juan UNSJ*

- **Espacio geográfico.**

Departamento de CAPITAL, San Juan Argentina.

Ciudad de San Juan, es un departamento de la provincia de San Juan, localizado en el centro sur de la misma, en el noroeste del Valle del Tulum, región de Cuyo, al centro oeste de Argentina.

Este departamento posee tan solo 30 km<sup>2</sup>, siendo así el distrito más pequeño de todo el país. En él se desarrolla un paisaje totalmente urbano, en la cual residen más de 100 000 habitantes, sustentados económicamente, en forma mayoritaria en actividades terciarias de todo tipo. Dentro de sus límites se ubica el distrito central de negocios de la Ciudad de San Juan convirtiéndolo en el centro institucional, administrador, gestor así como en el asiento de las autoridades gubernamentales de la nombrada provincia.

Sus límites son:

- Al norte limita con el departamento de Chimbas.
- Al este con el departamento de Santa Lucía.
- Al oeste con el departamento de Rivadavia.
- Al sur con el departamento de Rawson.

(Wikipedia. 2023)

(San Juan Turismo. s.f.)



• **Espacio económico**

*Ferias culturales, artesanales y de diseño:*

Durante una visita a la Municipalidad de la Capital (investigación personal, 2022), se pudo observar una amplia variedad de exposiciones en espacios verdes. Estas exposiciones, tanto fijas como itinerantes, brindan a los feriantes la oportunidad de ser expuestos en diferentes lugares, lo que les permite alcanzar a un público más amplio. Estas exposiciones se llevan a cabo en áreas de difícil acceso y también contribuyen a promover el emprendedurismo local a gran escala.

La feria itinerante recorre distintas plazas de la ciudad ofreciendo en un paseo de compras, los productos de los emprendedores capitalinos. Artesanías en madera, textiles, dulces artesanales y regalos de diseño son parte de la propuesta:

• **Feria Paseo de las Palmeras.**

Parque de mayo, San Luis y Urquiza.  
Referente: Área Artesanos.

• **Feria Paseo Artesanal de la Ciudad de San Juan.**

Av. Ignacio de la Rosa y Tucuman.  
Referente: Área Artesanos.

• **Paseo de Artesanos en la Recova.**

Av. Rioja y Av. Ig. De la Rosa.  
Referente: Área Artesanos.

• **Feria de arte y diseño: "San Juan en el Andén"**

Centro cultural estación San Martín.  
Referente: Área Artesanos.

• **Feria "EXPO CAPITAL"**

Plaza Aberastain.  
Referente: Área Dirección de la Mujer.

• **Feria "El mercadito".**

Jueves a domingo de 12 a 21hs.  
Plaza Hipólito Irigoyen (la joroba).  
Referente: Ivana Bertaggia.

• **Feria de la economía popular**

Miércoles, jueves y viernes de 9 a 14hs.  
Plaza Laprida.  
Referente: Nicolás Ramírez.

• **Feria de las Pulgas**

Sábados y domingos de 16 a 21hs.  
Av. Libertador 960 – 980 oeste.  
Referente: Pedro Saavedra. (San Juan Cultura, s.f.).



• **Espacios Sociales**

Lugares de Talleres y capacitaciones:

- Plazas de la ciudad
- Centro Cultural Amadeo Conte Grand:
- Museo Franklin Rawson
- Centro cultural estación San Martín
- Municipalidad de capital

## Mapeo general del territorio.

### PLANO DE LA CIUDAD

SAN JUAN, CAPITAL



#### REFERENCIAS

					
ESPACIOS VERDES	ESPACIOS POLÍTICOS	ESPACIOS AGLOMERACIÓN URBANA	ESPACIOS CULTURALES	INSTITUCIONES EDUCATIVAS	PUNTOS DE ENCUENTRO
					
Terminal de Ómnibus	Iglesia Catedral San Juan Bautista	Estación de Servicio	Monumento Recordatorio a la Columna Cabot	Cuartel de Bomberos	INSTITUCIONES DEPORTIVAS
					

### Comitente, actores y destinatarios.

Después de realizar un mapeo del área, se tomaron en cuenta las diferentes redes emergentes e interrelacionadas formadas por personas individuales, empresas, organizaciones sin ánimo de lucro e instituciones a nivel local, que emplean su creatividad y capacidad emprendedora para acercarse decididamente a la sostenibilidad y al emprendedurismo, partiendo de la economía circular y de las 3 R que la componen: Reducir, Reciclar y Reutilizar:



Activar Windi  
Ve a Configuració

### Fundación JAS.

Según la información proporcionada en la página web de la Asociación Jas (s.f.), Jóvenes por la Agenda Sostenible, se trata de una ONG (Organización No Gubernamental) ubicada en San Juan, Argentina. Su enfoque principal es la promoción de los derechos de los jóvenes y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, también conocidos como Objetivos Mundiales, fueron adoptados por todos los Estados Miembros en 2015. Representan un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y asegurar la paz y la prosperidad para todas las personas para el año 2030 (PNUD, 2015). “Buscamos potenciar a la juventud con el compromiso social y político, que se interesen en la agenda pública promoviendo el ejercicio democrático y de los derechos de los y las jóvenes” *Asociación Jas, (s.f.)*

Esta es una ONG conformada por jóvenes que trabajan en proyectos socioeducativos enmarcados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.



## Área social - reciclar.

### Ministerio de Desarrollo Humano y Promoción Social.

El objetivo principal es garantizar la igualdad de oportunidades, la inclusión social y la mejora del hábitat. Además, se apunta a responder con efectividad ante situaciones de emergencia social y a fortalecer el trabajo en red para mejorar la articulación y garantizar los derechos sociales básicos. Generar acciones a través de dispositivos de intervención municipal, tendientes a garantizar una perspectiva de construcción de ciudadanía y con enfoque territorial.

Objetivos Específicos:

- La Coordinación del Programa proporciona asesoramiento, supervisión, capacitación y acompañamiento a los Equipos Técnicos Departamentales. Además, se encarga de transferir recursos financieros para la formación de estos equipos.
- En los municipios, los servicios locales conformados por equipos técnicos especializados brindan asesoramiento, abordan situaciones problemáticas y coordinan espacios de promoción de derechos a través de talleres, ciclos de cine, participación en eventos departamentales y campañas de difusión. (Ministerio de Desarrollo Humano. s.f.)



### Dirección de Emprendedores Sociales.

El objetivo es proporcionar apoyo y orientación para el desarrollo de emprendimientos, brindando acompañamiento a cada integrante del sector de la economía social. Se busca asistir en la implementación de cada proyecto a través de la formación, el asesoramiento y la difusión, con el fin de fortalecer las capacidades de este sector. Estas acciones tienen como propósito encaminar al sector hacia un mercado laboral, promoviendo el desarrollo estratégico sustentable de los emprendedores sanjuaninos y fomentando sus propios proyectos. Se busca canalizar estratégicamente la pasión de cada emprendedor y potenciar sus habilidades. (Si San Juan. 2021)





## Área económica - reutilizar.

### Municipalidad de Capital.

El objetivo es planificar, ejecutar y promover un conjunto de acciones orientadas a proporcionar a la ciudadanía un ambiente socioeconómico y cultural adecuado para satisfacer sus necesidades vitales en áreas como vivienda, salud, comercio, educación, ecología, seguridad, deportes, recreación, planificación urbana y transporte. Esto se logra mediante una administración racional de los tributos municipales, priorizando los gastos de manera transparente y generando actividades, proyectos y obras en línea con los presupuestos institucionales, planes operativos y escalas de prioridades.

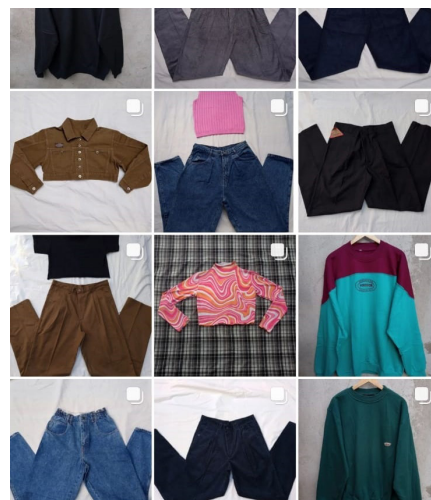
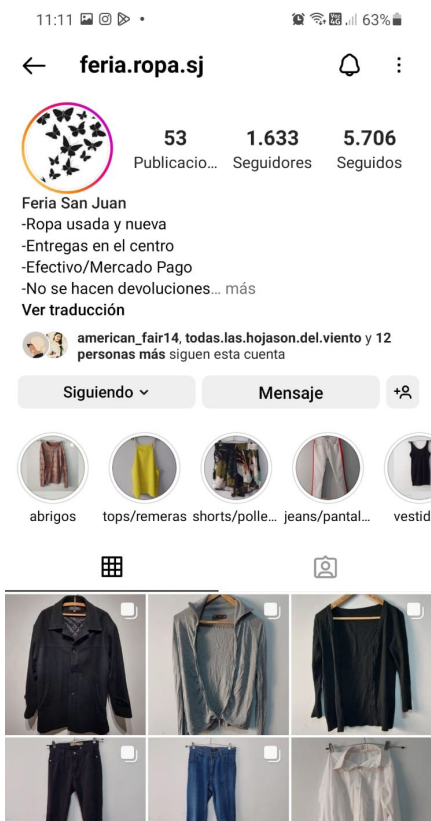
Además, se busca estimular e institucionalizar la participación responsable de la población en la gestión municipal, fomentando el trabajo comunal y brindando opciones para el ejercicio de la libre iniciativa tanto a nivel individual como colectivo. Esto se lleva a cabo en consonancia con los Planes de Desarrollo Local Participativo y concertado.

El fin es garantizar la prestación de los servicios institucionales utilizando métodos de trabajo óptimos, respaldados por herramientas de alta calidad y con la participación de personal capacitado en las competencias necesarias para cada puesto y proceso. El propósito fundamental es alcanzar los más altos estándares de calidad en la ejecución de dichos servicios. (PEC.s.f.)

### Ferias americanas - comunidad.

Estas ferias tienen como objetivo reivindicar la moda vintage desde una perspectiva ecoamigable. Establecimientos locales funcionan de manera similar a otros comercios, con la particularidad de que se abastecen de ropa usada. Además, se llevan a cabo eventos conocidos como "ventas de garaje" de forma esporádica, donde los vecinos tienen la oportunidad de deshacerse de ciertos elementos a cambio de dinero. Estas ventas se realizan de manera espontánea durante un breve lapso de tiempo.

Los feriantes utilizan las redes sociales, como Facebook e Instagram, para promocionar sus productos. A través de estas plataformas, publican lo que venden y notifican a sus contactos sobre la fecha, hora y ubicación de la feria, la cual suele llevarse a cabo en el domicilio de los organizadores. Además, se ofrecen servicios de entrega en puntos de encuentro convenidos. Las transacciones se realizan cara a cara, generalmente acordando un punto de encuentro común, como el centro de San Juan.



## Área ambiental - reducir.

### Ministerio de Cultura.

La entidad se dedica a impulsar las políticas públicas destinadas al desarrollo de una cultura nacional que promueva la creación artística y las expresiones culturales, teniendo en cuenta la diversidad y la pluralidad como elementos fundamentales. Además, fomenta la producción de las industrias culturales en todas sus formas y promueve la conservación y puesta en valor de nuestro patrimonio cultural. (Argentina. s.f.)



Activar Windows  
Ve a Configuración para activar Windows.

### Mercado de Industrias Culturales Argentinas

Los productores independientes del sector textil participan activamente en el MICA, un mercado que se ha establecido como el epicentro de un sistema de políticas públicas diseñado para fomentar la formación y la conexión entre productores, empresas y profesionales de las industrias culturales a nivel nacional e internacional. A lo largo del tiempo, el MICA ha logrado consolidarse como una plataforma pública de referencia, que ha sido replicada en numerosos países, con el propósito de facilitar la comercialización de bienes culturales y fortalecer los sectores culturales en general.

En el marco del MICA, se desarrollan diversas actividades y eventos, tales como conferencias, talleres, rondas de negocios, rondas de vínculos, ferias de emprendedores y exhibiciones en vivo que abarcan disciplinas como la música, las artes escénicas, el audiovisual, entre otros. Estas instancias brindan una valiosa oportunidad para la interacción entre los participantes, el intercambio de conocimientos y la promoción de la diversidad cultural y creativa. (Argentina, 2022)



### **3.3. Marco teórico.**

#### **El sobreconsumo de textiles.**

El principal problema en la industria textil es la gestión de los residuos textiles, los cuales provienen principalmente de dos fuentes: el sector doméstico y el sector industrial.

- En el sector doméstico, los residuos textiles se generan a partir de prendas de vestir, ropa del hogar, calzado, entre otros. Estos residuos provienen de prendas que ya no utilizamos debido a su deterioro, manchas, tallas inadecuadas o porque han pasado de moda. La tendencia hacia el fast fashion, los estándares de moda y consumo, han acortado el ciclo de vida de las prendas, lo que resulta en una mayor generación de residuos textiles.
- Por otro lado, en el sector industrial se generan residuos textiles durante el proceso de fabricación de productos. Estos residuos son resultado de los recortes y desechos generados durante la confección de prendas y otros productos textiles.

El manejo adecuado de estos residuos textiles es crucial para reducir su impacto ambiental. Se están implementando diversas iniciativas, como la promoción del reciclaje textil, el diseño sostenible y la economía circular, con el fin de minimizar la generación de residuos y promover su reutilización y reciclaje en la industria textil.

#### **Definición Sostenibilidad.**

En el podcast “El Nuevo Vestir”, se profundizó en el concepto de sostenibilidad y se concluyó que se fundamenta en la premisa de que las personas y sus comunidades están compuestas por sistemas sociales, económicos y ambientales que interactúan de manera constante y deben mantenerse en equilibrio para el beneficio de los habitantes presentes y futuros. Estos sistemas incluyen el bienestar social, el crecimiento rentable en el ámbito económico y el respeto al medio ambiente.

La sostenibilidad se considera un ideal al cual se debe trabajar y tener en cuenta en todas las acciones, planes, inversiones y decisiones económicas. Es fundamental considerar los aspectos sociales, económicos y ambientales para asegurar un desarrollo sostenible a largo plazo y preservar los recursos naturales y el bienestar de las personas. Es un concepto holístico y multifactorial que requiere un enfoque sistémico y transformador en constante evolución. En este sentido, es necesario estar en constante investigación y búsqueda de enfoques disruptivos y diseñar nuevas formas de acercarse a la sostenibilidad. (Calvo, S. 2021)

#### **Economía verde.**

Es un modelo económico que aplica la definición de sostenibilidad, apostando por un desarrollo rentable buscando situaciones que generen beneficios económicos, sociales y medioambientales.

#### **Economía circular.**

En el Blog de ACIS, se reflexiona sobre el concepto de economía circular y se concluye que esta se basa en reemplazar los flujos económicos lineales, donde los bienes terminan como desechos, por un enfoque circular y prácticamente infinito de vida útil de los productos. En este nuevo enfoque, los recursos se extraen, fabrican, utilizan y luego vuelven a utilizarse mediante la fabricación a partir de los desechos, creando así un ciclo continuo.

La economía circular permite reducir significativamente la explotación de recursos naturales, disminuir el uso de combustibles fósiles y reducir la huella ambiental de los bienes.

Este concepto implica considerar desde las primeras etapas de concepción y diseño del producto la necesidad de reintegrar los residuos al sistema.

En la economía circular, las tres R (Reducir, Reutilizar y Reciclar) juegan un papel fundamental. Estas acciones se enfocan en: (ACIS Energía. 2019)

- *Reducir:*

El consumo de bienes y el gasto energético se relacionan con la educación y la toma de conciencia al involucrar a la comunidad mediante la sensibilización, la motivación y la impartición de charlas, capacitaciones, campañas y formación. También se ofrecen cursos e información para generar un impacto ambiental positivo.

- *Reutilizar:*

Los bienes para darles una segunda vida útil para el mismo uso o para otro distinto: Ejemplos por ferias vintage, americanas, trueques y recolectores de ropa. Generando impacto económico.

- *Reciclar:*

Para fabricar bienes a partir de materiales reciclados. Fabricar nuevas prendas, con desperdicios de fábricas, viéndolo como potencial materia prima. Generando un impacto social.

### Economía Naranja.

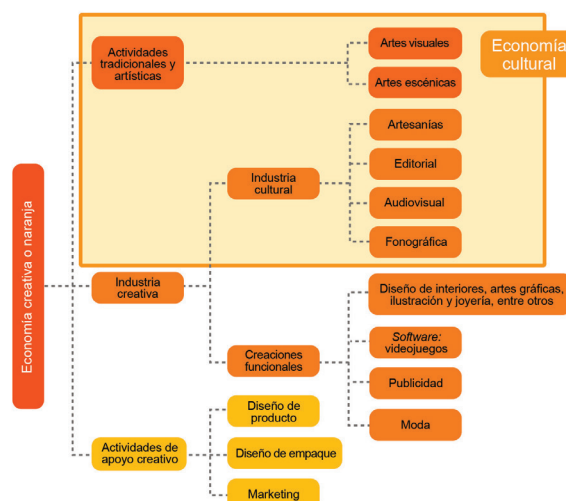
La UNESCO la define como el desarrollo de actividades que permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios, donde el valor está en el contenido intelectual y creatividad. Es una herramienta de desarrollo cultural, social y económico. Por otro lado, convierte al talento en el motor de nuestro crecimiento económico e incluye actividades relacionadas con:

a) las actividades tradicionales y artísticas: literatura, artes visuales (por ejemplo, cerámica, pintura y escultura) y artes escénicas (por ejemplo, teatro, danza y ópera)

b) la industria creativa, que incluye:

- Las industrias culturales: artesanías, editorial, audiovisual, fonografía.
- creaciones funcionales: diseño de interiores, artes gráficas, ilustración, joyería, software, videojuegos, publicidad, moda, entre otros. (Grazzi, M y Benavente, J. 2018)

Gráfico 1. Definición de la economía creativa.



Fuente: Elaboración propia con base en la taxonomía presentada en Buitrago y Duque (2013).

## AMBIENTAL - Recursos naturales.

La industria textil es una de las industrias más contaminantes a nivel mundial, según la Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). Genera importantes impactos ambientales en forma de contaminación del agua, emisiones de gases de efecto invernadero y generación de residuos. La huella que nuestra ropa deja en el medio ambiente se ha convertido en una noticia frecuente debido a la emergencia climática. Algunos de los problemas asociados incluyen:

- *Huella de carbono:*  
Es una medida utilizada para describir el cálculo de las emisiones de todos los gases de efecto invernadero liberados a la atmósfera y asociados a nuestras actividades o el ciclo de vida de un producto con el objetivo de determinar su contribución al cambio climático, se expresan en toneladas de CO2 equivalentes, por ejemplo, en el caso del sector textil se contabilizan los recursos empleados en la producción de ropa y los utilizados durante su uso en la vida cotidiana.
- *Huella Hídrica:*  
Es un indicador de uso de agua que tiene en cuenta tanto su utilización directa como indirecta por parte de un consumidor o productor. La huella hídrica de un individuo, comunidad o comercio se entiende como el volumen total de agua dulce que se necesita para producir los bienes y servicios consumidos por el individuo o la comunidad, así como los elaborados por los productores.
- *Fast fashion:*  
La expansión de la industria textil a nivel mundial, el proceso de globalización y distribución, y la forma de consumo, supone la creación del concepto de colecciones de temporadas de moda diseñadas y producidas a un ritmo acelerado y de bajo costo, para un consumo acelerado, se ha reducido la vida útil de una prenda: el uso medio de un artículo textil antes de deshacernos de él es de unas 7 veces, cuando solo para reflejar su impacto ambiental de producción, el uso medio debería de ser 30 veces.

Actualmente, se desechan más de 16.000 toneladas de ropa, lo que representa un aumento del 816% en comparación con hace aproximadamente 50 años. Además, en los últimos 20 años, el consumo de ropa ha aumentado en un 400% a nivel global. Se estima que el 60% de las prendas producidas en todo el mundo terminan en vertederos o incineradores un año después de ser fabricadas, lo que causa daños tanto en la atmósfera como en la tierra y el agua. (ONU. 2019)

## SOCIAL: Las mujeres que hacen nuestra ropa

En el podcast "El Nuevo vestir", se reflexionó sobre la industria de la moda y textil y su impacto en la incorporación de las mujeres al trabajo industrial y la confección, lo cual se convirtió en una herramienta de independencia económica y empoderamiento para ellas. Se llegó a la conclusión de que históricamente y en general, la industria de la vestimenta es uno de los sectores con salarios más bajos, ofrece condiciones de trabajo muy precarias y en muchos casos no se respetan los derechos humanos. Se destaca que aproximadamente el 80% de las personas que trabajan en la industria de la moda son mujeres. Esta cifra explica, en parte, las desigualdades y abusos que muchas de ellas enfrentan mientras confeccionan nuestra ropa en fábricas y talleres alrededor del mundo. (Calvo. S. 2021)



← ragazzasanjuan 🔔 ⋮

 1.201 Publicaciones 46 mil Seguidores 0 Seguidos

RAGAZZA®  
Tienda de ropa

•ROPA POR MAYOR Y MENOR•  
• Rivadavia 108 (o) San Juan - Capital  
• Laprida 107 (o) - Capital  
• Envíos a todo el país... más  
• Ver traducción  
wa.me/message/EG4KM5FPNZZS1

No debemos olvidar tampoco la dramática efeméride del 8 de marzo, que da contexto al Día Internacional de la Mujer y está vinculada al mundo de la moda. En 1909, durante una huelga en la que se reclamaba aumento de salarios, reducción de la jornada laboral y el fin del trabajo infantil, 129 mujeres murieron calcinadas en la fábrica Cotton Textile Factory debido a un incendio provocado por los dueños de la fábrica. Pasados 113 años, estas demandas siguen presentes en la agenda de los sindicatos y agrupaciones que defienden los derechos de los trabajadores y trabajadoras del sector textil, sin que se haya encontrado una solución concluyente y clara. Esta situación es preocupante y propicia más abusos y violaciones de los derechos humanos.

Para comprender la importancia, es necesario comenzar a ver la moda desde una perspectiva de género, centrándonos particularmente en las mujeres que han fabricado y continúan fabricando nuestra ropa, y revalorizando el oficio textil, que requiere tiempo, maquinaria, dedicación y experiencia. (Argentina.2022)

### ECONÓMICA: La cultura del consumismo.

El vestuario representa una proyección de la identidad y la expresión personal, además de ser un vehículo para comunicar quiénes somos. En vista de la crisis ambiental, los consumidores actuales demandan un cambio en la industria de la moda, buscando un consumo más inteligente y eficiente, dado que esta industria es una de las principales responsables del deterioro y degradación ambiental.

A menudo, los consumidores desconocemos el origen de lo que adquirimos, lo cual nos lleva a evitar enfrentar realidades que afectan nuestra sensibilidad, como el daño ambiental y la precarización laboral causada por nuestras elecciones personales. En este contexto, es común atribuir la responsabilidad a las grandes empresas que promueven este patrón de consumo a través de la tecnología, como influencers y redes sociales. Además, el crecimiento de los canales de venta online, que ha sido especialmente notable durante la pandemia del COVID-19, ha contribuido a este fenómeno.

### Moda zero waste.

En el blog de Acus, María Valentina Viña (2021) define la técnica de Zero Waste (Residuo Cero) como aquella que consiste en crear prendas minimizando al máximo la cantidad de desperdicio de tejido. Esto se logra mediante el diseño de patrones que aprovechen al máximo el tejido disponible o utilizando los restos de tejido para crear nuevas prendas. Esta técnica se basa en una filosofía de conservación y aprovechamiento de todos los recursos utilizados en la producción y el consumo.

Cuando se habla de ropa creada con las bases del zero waste, se refiere a prendas cuya moldería está diseñada para no generar residuos textiles al momento del corte, ya que ese es el momento de la producción es donde se encuentra el principal foco de desechos generados por la industria de la moda. Estas pequeñas partes sin forma, que pocas veces son reutilizadas ya que resulta más económico descartarlas, que reciclarlas, representan millones de toneladas de desperdicio textil que termina siendo incinerada o enterrada en vertederos.

### Banco de tiempo.

En Banco de Tiempo es una herramienta con la cual un grupo de personas puede crear una alternativa económica social. En un Banco de Tiempo se intercambian habilidades entre los miembros sin utilizar dinero, únicamente se contabilizan las horas de servicio prestado y recibido. (De normas. 2021)



## **Comunidades creativas.**

Grupo de personas que han imaginado, desarrollado y gestionado iniciativas para reorientar su comportamiento individual, de distintas formas y por distintos motivos, para hacerlo coherente con una perspectiva sostenible. En primera instancia se observa que comparten algunas características: en todos los casos se trata de grupos de personas que cooperan para inventar soluciones innovadoras para nuevas formas de vida, las mejoran y las gestionan. Y lo hacen reestructurando lo que ya existe sin esperar un cambio general en el sistema (en la economía, en las instituciones, en las grandes infraestructuras). (Experimenta 63, 2012)

La segunda característica común a estos casos prometedores es que ha surgido de problemas planteados por la vida cotidiana. Las Comunidades creativas aplican su creatividad para romper con los modelos de pensamiento y comportamiento predominantes y al hacerlo ya sea consciente o inconscientemente provoca las discontinuidades que mencionamos antes.

Un tercer denominador común es que las comunidades creativas surgen de una combinación de demandas y oportunidades, las demandas como ya hemos visto las plantean los problemas de la vida cotidiana actual y las oportunidades surgen de distintas combinaciones de 3 elementos básicos: la existencia de las tradiciones, la posibilidad de usar un número existente de productos, servicios e infraestructuras; la existencia de condiciones sociales y políticas favorables para el desarrollo de la creatividad distribuida. (Sto, Strandbakken, 2008)

- *Expansión:*

Las comunidades creativas se pueden aumentar de escala, expandirse, para servir de apoyo a los estilos de vida sostenibles de una gran cantidad de personas. De hecho, poseen el poder de convertirse en modelos predominantes y redirigir los continuos cambios sociales y económicos hacia un camino sostenible. Y si pueden lograrlo es porque también son un acercamiento real a modos de vida sostenibles que ya pueden ponerse en práctica, como soluciones viables a problemas actuales acuciantes. (Experimenta 63, 2012)

## **Itinerante.**

Itinerante es un adjetivo que se utiliza para describir todo aquello que se disloca constantemente de un lugar a otro, sin permanecer en un lugar fijo. La muestra debe estar organizada de tal manera que pueda acomodarse a las diversas configuraciones espaciales que pueda encontrar para su montaje. Y se debe descomponer en piezas que puedan almacenarse fácilmente. (Significados, 2023)

## **Exposiciones Itinerantes.**

Exposición itinerante, móvil o portátil es aquella diseñada para ser expuesta en distintos lugares con la ventaja que da la oportunidad de ser vista por más gente, en distintos sitios, en áreas de difícil acceso y permite además promocionar el museo a mayor escala. Estas exposiciones pueden presentarse en muestras provinciales y ferias locales, en universidades, en escuelas. Además, pueden ser empleadas como muestras a corto plazo en las entradas de bibliotecas, en eventos de promoción, en las oficinas de turismo, entre otras. Sus funciones son las de fomentar el interés por la muestra, por sus colecciones, por su trabajo, pero sobre todo para promover la cultura. (Destro, 2020)

### **Creatividad.**

Capacidad de reestructurar elementos existentes para formar nuevas combinaciones con sentido; por esto se puede definir en estos grupos de personas como comunidades creativas: gente que inventa soluciones innovadoras para nuevos estilos de vida de manera cooperativa, y las mejoran y gestionan. (Meroni, 2007) (Experimenta 63, 2012)

### **Innovación social.**

El término, hace referencia a los cambios en la forma de actuar de los individuos o comunidades a la hora de resolver un problema y crear nuevas oportunidades. Estas innovaciones son producidas más por cambios de comportamiento que por cambios tecnológicos o económicos, y normalmente surgen de los procesos participativos en lugar de jerárquicos. (Lifeder.2019)



### **Patchwork.**

Es una forma de costura que consiste en coser piezas de tela en un diseño más grande. El diseño más grande generalmente se basa en patrones repetitivos construidos con diferentes formas de tela (que pueden ser de diferentes colores).

Estas formas se miden y cortan cuidadosamente, en formas geométricas básicas que las hacen fáciles de unir. Se usa con mayor frecuencia para hacer edredones, pero también se puede usar para hacer tapetes, bolsos, tapices, chaquetas cálidas, fundas de cojines, faldas, chalecos y otras prendas de ropa. Algunos artistas textiles trabajan con patchwork, a menudo combinándolo con bordado y otras formas de costura. (Patchwork y costura. s.f.)

### **Thriftig.**

El blog Noro, habla sobre el concepto de Thriftgear, concluyendo que para los seguidores de la moda thrift este término significa "usar cuidadosamente el dinero para evitar desperdicios ".En otras palabras, "Thriftgear" significa buscar ropa de segunda mano en tiendas que las ofrezcan.

Pueden adquirirse en tiendas de ropa americana, ferias, bazares, por trueque, en redes sociales y hoy día hasta en diversas aplicaciones hechas especialmente para ello. (Noro. 2021)



### **Upcycling.**

Consiste en aprovechar productos, residuos o materiales de desecho con el objetivo de fabricar nuevos productos o materiales de mayor calidad. Traspasado a la moda, se trata de la reutilización de una prenda que por algún motivo se decide dejar de utilizar: pasó de moda, es viejo, "cambió de talla", etc. Pero no sólo se trata de no tirar la ropa, o de transformarlas en otras prendas -algo que sin duda puede hacer cualquier persona desde su propia casa- sino que además, esta práctica colabora al ahorro de recursos y energía que conlleva la fabricación de nuevas prendas. (Ámbito, 2021)

### **Costura terapia.**

Patricia Alejandra, una diseñadora de vestuario y creadora de "Manos a las agujas", define el concepto de Costura Terapia como aquellas actividades manuales que permiten a las personas relajarse, mejorar su autoestima, desarrollar su creatividad, expresar emociones, mejorar su psicomotricidad y fomentar las relaciones sociales. En este sentido, la costura se encuentra dentro de la categoría de manualidades y brinda estos beneficios a todas las personas, pero especialmente a las personas mayores.



## El pop art.



Keith Haring



Andy Warhol



Roy Lichtenstein

Nació poco después de la Segunda Guerra para criticar los hábitos consumistas y frívolos de aquellos años de bienestar económico. Surge a mediados del Siglo XX de las vanguardias experimentales marcado por la popularización de la televisión y los cómics.

Se criticaba la visión tradicional del arte/moda por ser elitista, entonces se comienza a buscar alternativas para hacerlo más accesible mediante la cultura popular. Un contra movimiento a lo conocido, incremento del consumo y producción en masa. Repetición inspirándose en la cultura popular y en productos cotidianos.. Se retrata la sociedad de consumo la repetición y de cómo la revolución industrial desplaza lo artesanal. (TV Pública, 2020)

### Características del pop art:

La característica principal de este movimiento consiste en seleccionar objetos o imágenes populares del momento y sacarlos de su contexto. Posteriormente, a través de diferentes técnicas, se los aísla o se combinan con otros elementos. De esta manera, los artistas logran resaltar o enfocarse en algún aspecto banal o rasgo cultural de la época.

Las obras reflejan una crítica a la sociedad, caracterizada por el consumismo, la importancia de la imagen, el materialismo y la moda. A través de la sátira y la ironía, los artistas cuestionan los principios y valores que resaltan en ese momento en la sociedad.

La performance retrata la dualidad de la sociedad de consumo, donde coexisten el beneficio económico y el desplazamiento de lo artesanal, así como la generación de contaminación. Ambas posturas son igualmente válidas y ninguna excluye a la otra. La interpretación de la obra está sujeta a la perspectiva del receptor.

Popular, transitorio, cotidiano, fungible, de bajo costo, producido en serie, joven, ingenioso, repetitivo, atractivo y efectista

En cuanto a sus características particulares, destacan:

- Intención de acercar el arte al mundo y a la realidad.
- Empleo del lenguaje figurativo y realista para mostrar la realidad del mundo.
- Rechazo del expresionismo abstracto.
- La temática principal tenía relación con ciudades, cine, televisión, cómics, aspectos sociales, etc.
- Las formas representadas, generalmente, contaban con una escala natural o ampliada.
- Se realizan mezclas y combinaciones de pinturas con objetos de la vida real en la misma obra.
- Entendían los temas representados como justificaciones de la propia pintura y su existencia. (IFEMA, s.f.)

### Arte urbano o arte callejero.

Surge a mediados de los años 90, también bajo el nombre de Post-graffitt, Son técnicas informales de expresión artística que se dan en la calle de manera libre, el término street art se utiliza para describir el trabajo de un conjunto heterogéneo de artistas que han desarrollado un modo de expresión artística en las calles mediante el uso de diversas técnicas (plantillas, stencil, posters, pegatinas, murales, grafitis...)

El arte callejero se maneja en una delgada frontera entre la expresión estética, política o social, con el vandalismo y otras formas de intervención ilegal de la fachada pública de las ciudades.



avenida Benavídez, Chimbas.

Como ocurre con las ferias americanas, las cuales se sitúan en una zona gris legal y se consideran un comercio ilegal, la mayoría de ellas no están registradas como monotributo o responsable inscripto, y las prendas que se venden suelen tener una procedencia dudosa. Esto contrasta con los locales comerciales que pagan alquiler, tienen empleados, cumplen con sus obligaciones tributarias y retenciones

Emilio Mnttero Castelle (1997) señala que el graffiti es un objeto exhibicionista y provocador puesto para que todos lo miren debemos señalar qué se trata de una exhibición que está orientada privilegiada al privilegiado algunas miradas rechazando otras el mensaje selecciona un destinatario el recorte del destinatario puede efectuarse mediante diversas estrategias discursivas en primer lugar la elección del lugar por ejemplo un graffiti en un baño de hombres o de mujeres en segundo lugar la utilización de códigos solos interpretables para determinados grupos.

Si clasificamos el arte callejero en base a sus técnicas empleadas, tendremos las siguientes categorías:

- Graffiti: El graffiti es la "pintada" tradicional, es decir, el dibujo o la escritura clandestina en las paredes de la ciudad, sólo que en el caso del arte urbano está pintada no es simplemente un mensaje de protesta, sino que adquiere todo un sentido estético: dibujos, formas, mensajes cifrados, etc. Es una escritura calificada por la acción, una acción situada de lado de la prohibición social, que realza de manera peculiar la acción que ejecuta.
- Stencil. Funciona en base a una plantilla de plástico o papel en la cual se recorta la silueta de lo que se desea pintar, y luego se las adhiere a la pared antes de pintarlas con pintura. De esta manera se logran formas elaboradas y se combina el texto con la imagen.
- Pósteres. Impresos en papel u otros materiales y pegados con engrudo en las paredes, permanecen mucho tiempo y permiten combinar varios para formar figuras de importante tamaño.
- Esculturas y otras intervenciones. Existen otras formas de arte callejero más atrevidas que intervienen objetos de la vía pública o incluso billetes, combinando la escultura con otras artes gráficas.



Calle Lemos y Marcos Zalazar, Pocito.



Avenida Libertadpr y Alvear, Capital.



Se caracteriza por ser:

- Efímero. Por lo general las intervenciones de este tipo no duran por mucho, pues las paredes son pintadas de nuevo y las superficies limpiadas por el mantenimiento de los gobiernos locales. Sin embargo, quedan las fotografías y filmaciones de ellas.
- Clandestino. La aparición de las obras de arte callejero suelen ocurrir durante la noche o la madrugada, de modo que la gente al día siguiente se tropiece con ellas, en lugar de verlas. Esto les da un factor sorpresa, pero también se debe a que en ocasiones los artistas se exponen al peligro (al trepar a superficies elevadas, por ejemplo), o eligen propiedad gubernamental para intervenir, lo cual no es del todo lícito.
- Extra-muros. Como su nombre lo indica, el arte callejero se encuentra en la calle, en el transporte público, en lugares cotidianos, y no en museos o lugares de exposición artística "controlados". Hay algo de desafiante en el street art.

Hay tres niveles de análisis para señalar las particularidades del graffiti como género discursivo dentro de la comunicación:



- Contenido temático: Relación con el lenguaje verbal como con el lenguaje icónico. Su contenido relaciona la expresión de crítica o de apoyo y reivindicaciones sociales o políticas.
- Estilo verbal: está relacionado con el imperativo mayor, qué es la economía de recursos que se manifiesta de dos maneras:
  1. el minimalismo la síntesis que consiste evitar todo lo innecesario algo así como ir al grano.
  2. La explotación máxima de la significación utilizando recursos que potencian la riqueza expresiva de cada elemento y permite decir más con menos.
- La estructura del mensaje a nivel de composición incluye el encabezamiento, el cuerpo del mensaje y la firma. En ocasiones, uno o dos de estos componentes pueden estar ausentes. (Gándara, L, 2002)



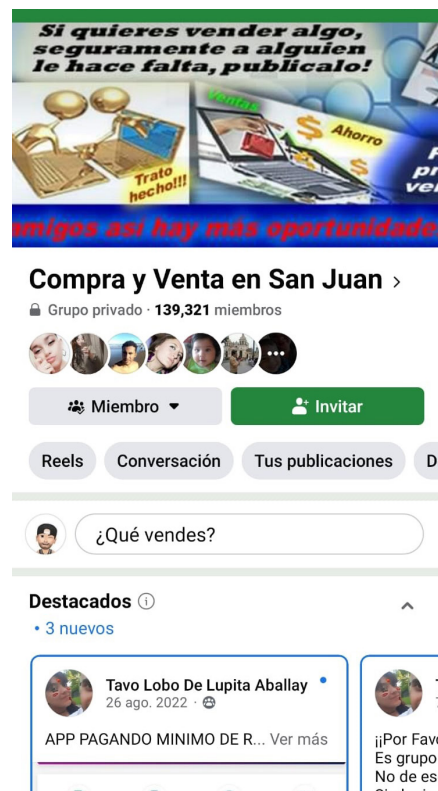
### 3.4. Antecedentes.

#### Antecedentes dentro del territorio.

#### Grupos de venta de ropa.

La compra de ropa usada de ferias americanas se traslada y moviliza más en las redes sociales, alentado por la crisis que para al consumo en los negocios de indumentaria y comprando con más consciencia. En la provincia, uno de los grupos de Facebook más destacados es "¡Vendo ropa ya! San Juan" que tiene más de 50.700 miembros que todos los días postean prendas que venden o que intercambian ropa o productos en buen estado. Las operaciones se concretan cara a cara, en general los interesados ponen un punto en común para encontrarse, usualmente el centro. Algunos puntos de encuentro son centro cívico, reloj de parque, legislatura, teatro bicentenario, peatonal y plazas céntricas. Usualmente suelen ser lugares con conexión wifi para poder comunicarse con la otra persona o simplemente lugares concurridos.

En algunos casos, pasa que se produce una estafa, si es así, normalmente se sube en el grupo alertando sobre el estafador, llegando a subir fotos de la persona y redes sociales. Otro problema es que normalmente las ferias no reciben cambios de prendas (además que no existe la posibilidad de probarse) ya que movilizarse para hacer una entrega requiere tiempo y dinero que a veces no se recupera por que el valor de las prendas es muy económico y no está contemplado ese costo.



## Nodos MICA San Juan.



El MICA (Mercado de Industrias Culturales Argentinas) se configura como el epicentro de un sistema de políticas públicas concebido para la capacitación y conexión entre productores, empresas y profesionales de las industrias culturales a nivel nacional e internacional. (Argentina, 2022)

El Nodo MICA San Juan está destinado a artistas, emprendedores, empresarios, creadores y trabajadores culturales de diversos sectores de las industrias culturales.

Las actividades, que son de acceso gratuito, se centran en disciplinas como artes visuales, danza, circo, diseño y artes escénicas, e incluyen charlas de relevancia transversal en áreas como economía cultural y creatividad. (Si San Juan, 2022.)



## Brotando feria sustentable.



La feria "Brotando" surge como resultado de la iniciativa de cinco emprendedoras sanjuaninas que se motivan a promover un estilo de vida sustentable y prácticas de consumo consciente. Este evento proporciona un espacio de encuentro entre emprendedores y personas comprometidas con el consumo de productos sustentables. "Brotando" se lleva a cabo una vez al mes, y en cada edición se invita a uno o dos emprendimientos que incorporan el cuidado del planeta en sus procesos y en su forma de comercialización. En la feria, los visitantes encontrarán una variedad de productos, como ropa vintage, indumentaria confeccionada a partir de textiles naturales y prendas recicladas, productos ecológicos de uso cotidiano, cerámica, cosmética natural y objetos de diseño.

"La feria se realiza en nuestro showroom, ubicado en San Isidro 1715 oeste, entre Matías Zavalla y Gral. Alvear, a tres cuadras del Patio Alvear, el día viernes 16 de 17 a 22 hs, y el día sábado 17 de 10 a 14 y de 17 a 22 hs". (San Juan Cultura. s.f.)



**SUCURSAL PARQUE**  
AV ESPAÑA 39 NORTE ENTRE LIBERTADOR Y SAN LUIS

**SUCURSAL VILLA KRAUSE**  
AV. MENDOZA 2470 SUR, CASI BOULEVARD, EX CASINO

**FERIA EL MERCADILLO**  
NUEVO USADO

**¡AQUÍ SE VENDE DE TODO!**

**VIERNES - SÁBADO - DOMINGO - FERIADOS**  
**HORARIO 16.00HS A 21.00HS**  
📞 2646622229 \ 2644858750

### Mercadillo.

Se lleva a cabo todos los fines de semana, desde el jueves hasta el domingo, en la ubicación de la calle España y Libertador, en la capital. Este lugar ofrece un espacio para la venta de ropa y artículos de segunda mano. Participan muchas personas que obtienen beneficios económicos de la venta de prendas, considerándolo como un trabajo. Un ejemplo de ello es la señora Graciela, una jubilada de 62 años que dedica sus fines de semana a la feria.

Inicialmente, "El Mercadillo" surgió como una feria de artesanías, pero gradualmente la reventa de ropa usada y nueva comenzó a ganar relevancia. Un factor determinante para este cambio fue la cercanía de otras ferias de artesanías, lo cual obligó a las dueñas, Paola e Iviana, a reinventarse y agregar valor a su feria.

La ocupación del lugar es mayoritaria durante la mayoría de los fines de semana tanto en la capital como en Villa Krause, con aproximadamente 100 puestos por salón. Incluso se reservan espacios para futuros fines de semana. Durante la pandemia, se intentó trasladar la feria al ámbito online, pero no tuvo éxito debido a la cantidad de feriantes involucrados. Por lo tanto, se optó por esperar para reabrir las puertas del Mercadillo con los protocolos correspondientes.



**FERIA EL MERCADILLO**  
**VIERNES, SÁBADOS Y DOMINGOS**

**INSCRIPCIONES AL:**  
**264 6622229**  
**264 4858750**

**AV. ESPAÑA 39 NORTE**  
**(entre Libertador y San Luis)**

## Antecedentes fuera del territorio.

### Manos a la aguja.

La escuela chilena de costura, fundada por Patricia Ovalle, es reconocida como pionera en la costura terapia. Según afirma, este concepto surge a partir del cuidado de cada detalle y la creación de un ambiente placentero para las alumnas. Se busca establecer una relación directa entre el disfrute, el bienestar y diferentes elementos como música, comida y bebidas. Para comprender este enfoque, es importante reconocer que las manos necesitan relajarse para poder crear, ya que una mente tensa puede manifestarse en manos tensas, lo cual puede afectar la calidad de las costuras y otras técnicas. En este sentido, no se trata solo de dominar lo técnico, sino de establecer una conexión con el talento de cada persona y aprender a través de las manos. La costura terapia se considera una forma de meditación activa, proporcionando un espacio para encontrarse consigo misma y estar plenamente presente en el momento presente. (Ovalle.P. s.f.)

MANOS A LA AGUJA


### BENEFICIOS DE COSER TU ROPA



Compartámos aquí todo lo bien que nos hace la **costura terapia**

MANOS A LA AGUJA

### La costura mejora las capacidades físicas, cognitivas, emocionales y sociales



La costura conversando con una alumna Yogui, es como meditar, ésta alivia la ansiedad, fortalece tu salud mental, también nuestra confianza y autoestima ¿qué opinas?

2



### BENEFICIOS

- ✓ Hacerlo a tu medida, a tu calce, ¿hay algo más placentero?
- ✓ Ahorras dinero, puesto que tu eliges los materiales a tu gusto y presupuesto.
- ✓ Fortalecer tu orgullo y autoestima, cuando tienes un logro al coser, es tan gratificante, y al hacer tu ropa muchísimo más.

### VENTAJAS



- ✦ Te relaja y te distrae
- ✦ Es una forma de meditación activa, solo tú y tu máquina
- ✦ El mejor remedio para nuestras emociones

### CUÁNDO VEMOS RESULTADOS

Y la mejor parte, cuando esta listo y salimos a lucir nuestra prenda hecha por nuestras manos.

4

## **4. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**



## 4.1. OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL:

- Crear una comunidad eco-sustentable del área textil que permita generar vínculos entre los actores.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Sensibilizar y enseñar sobre el impacto que tiene la industria textil sobre el medio ambiente.
- Progresar como comunidad en áreas sociales, económicas y ambientales en la industria textil.
- Concientizar e instruir sobre los beneficios de reducir, reciclar y reutilizar. (economía verde)
- Impulsar el emprendedurismo, de feriantes, diseñadores y artesanos de la economía social.
- Acompañar al emprendedor en su crecimiento y aprendizaje.
- Dar significación a las prendas, recuperando el vínculo y restaurando momentos importantes en la vida.
- Generar cambio en la percepción de las prendas usadas y ponerlas en valor como moneda de cambio.
- Incentivar a crear y transformar las prendas de forma creativa alargando su uso.
- Buscar transparencia y seguridad en el momento de concretar ventas.

## 4.2. DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

### Investigación.

En base al análisis realizado, en la ciudad de San Juan se identifican más de 15 ferias americanas distribuidas en la capital, junto con más de 700 ferias informales que se promocionan a través de redes sociales. Estas ferias constituyen una fuente de beneficio tanto para los organizadores de las actividades comerciales como para los compradores. Además, en la capital se encuentran disponibles una amplia variedad de exposiciones y actividades en espacios verdes, como plazas y parques, que se caracterizan por ser multidisciplinarias y al aire libre.

En este contexto, se plantea el desarrollo de una idea centrada en la experimentación, la concientización y la comercialización en un espacio verde, como la plaza España. La colaboración con la Fundación Jóvenes por la Agenda Sostenible, una organización no gubernamental, tiene como objetivo crear una comunidad que adopte un modelo de uso compartido, intercambio y participación que se adapte a las demandas y contextos sociales y territoriales específicos.

Surge así la idea de incluir diferentes actividades, como ferias, talleres y charlas, para fomentar la creación de comunidades creativas que tengan un impacto directo en el ambiente y en la industria textil. Este enfoque busca establecer un ciclo continuo, infinito y recíproco, en el que, a través de conexiones y vínculos, se puedan proyectar ideas de valor intelectual y creativo.

Desde la perspectiva del diseño, se trabajará en acciones colectivas en colaboración con la función JAS, emprendedores textiles y la comunidad en general. Se aplicarán conceptos tanto de economía naranja, transformando ideas en bienes y servicios, como de economía circular, convirtiendo los residuos en recursos reciclados. De esta manera, se buscará cambiar el enfoque de producción lineal a uno circular, sostenible y sustentable. Este enfoque permitirá generar empleos, promover el crecimiento económico, fomentar la concientización sobre la producción y el consumo responsables, descentralizar la conservación y el manejo de los recursos naturales, y recuperar fibras textiles para evitar su desperdicio y ahorrar recursos. Estos objetivos están unidos con la agenda propuesta por la ONU para el año 2030.

## OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



- Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.
- Objetivo 11: Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles.
- Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenible.
- Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos. (ORG, 2015)

## Recolección de datos

Se llevó a cabo mediante procedimientos cuantitativos como resultado de las encuestas, entrevistas y observaciones realizadas entre los actores. Las encuestas han sido creadas a través de google forms (Google Forms: Sign-in).

### Encuestas.

Resultados de la encuesta a feriantes de redes sociales que no tienen una representación fuerte en ferias físicas.

#### Pregunta 1 y 2: ¿Tenés una feria americana? ¿Qué productos vendes?

La mayoría de las ferias americanas encuestadas se dedican principalmente a la venta de ropa (89%), seguida de zapatos (62%), accesorios (44%) y artículos varios (40%). De esta forma, la ropa representa el segmento más importante en términos de mercado de venta.

#### Pregunta 3: ¿Por qué iniciaste en las ferias?

El motor de acción de estas ferias arrojó varios resultados. Principalmente, la ayuda económica fue mencionada por un 85% de los participantes, seguida por la razón de tener ropa que no les quedaba o no les gustaba (72%). Además, se destacaron otras ventajas como la posibilidad de liberar espacio (42%) y la contribución al cuidado del medio ambiente (50%). Estos resultados ponen de manifiesto la importancia que las ferias tienen en el sector económico, especialmente en zonas populares.

#### Pregunta 4: ¿Cómo realizas tus ventas?

Con un resultado que representa el 95% del total, la gran mayoría de los vendedores realiza sus ventas a través de redes sociales. Alrededor de un 35% también participa en ferias, y se identificó un caso previo de una comunidad autogestionada que organiza una feria en un lugar fijo dentro de una zona residencial en Rawson.

#### Pregunta 5: Una vez concretada una venta, ¿Cómo realizas la entrega?

El 89% de los encuestados elige realizar la entrega de productos en un punto de encuentro, mientras que el 33% prefiere retirarlos en su domicilio y el 15% opta por la entrega a domicilio. Entre estas opciones, el punto de encuentro es el más popular, ya que resulta conveniente encontrarse en zonas céntricas de San Juan.

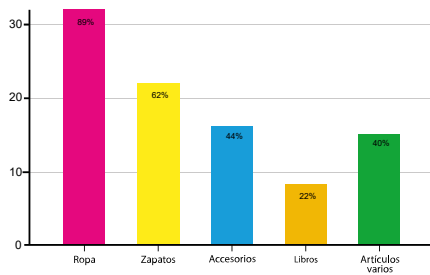
#### Pregunta 6: ¿Has tenido algún inconveniente a la hora de entregar las prendas?

En esta pregunta, los resultados son bastante equilibrados, ya que varían en función del tiempo que llevan participando en las ferias, el público al que se dirigen, los métodos de venta utilizados, la atención brindada, el carácter de los vendedores y las experiencias personales. Un 56% de los encuestados respondió que no experimenta diferencias significativas, mientras que un 44% indicó que sí las percibe.

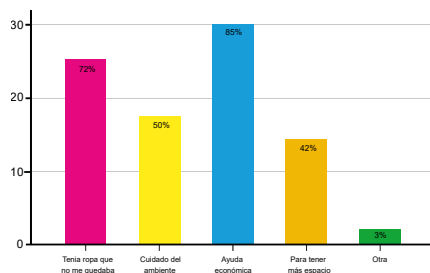
#### Pregunta 7: Si tu respuesta anterior fue sí, contó brevemente tu experiencia.

Las respuestas positivas compartieron principalmente experiencias que revelaron una falta de compromiso por parte de los compradores en las ferias, como la reserva de prendas que luego no son retiradas, lo que ocasiona pérdida de tiempo para los feriantes (superior a 30 minutos). También se mencionó la escasez de espacio físico para exhibir y vender las prendas de manera adecuada, lo que dificulta resaltar su valor.

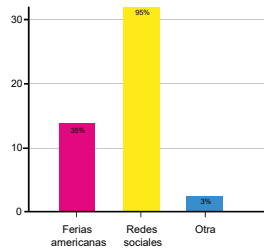
2. ¿Qué productos vendes?



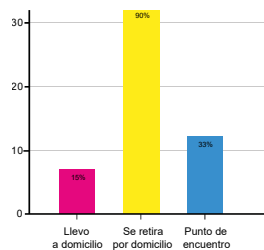
3. ¿Por qué iniciaste en las ferias?



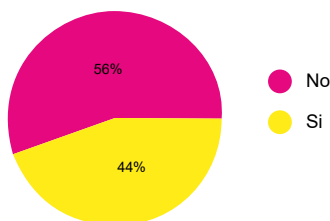
4. ¿Cómo realizas tus ventas?



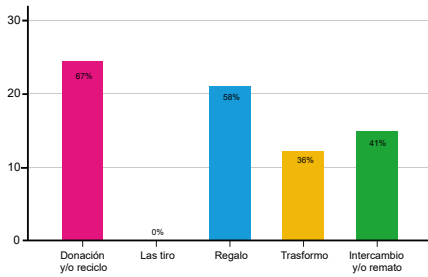
5. ¿Cómo realizas la entrega?



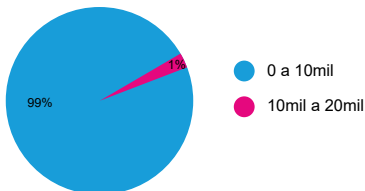
6. ¿Has tenido algún inconveniente a la hora de entregar las prendas?



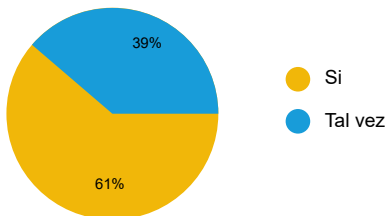
8. ¿Qué haces con las prendas que no puedes vender?



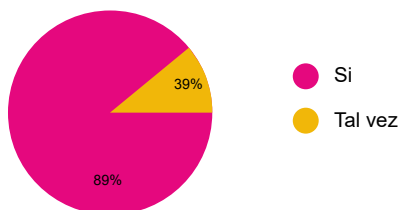
9. ¿Cuánto consideras que ganaste en ventas con tu feria?



11. ¿Te gustaría capacitarte con talleres y charlas sobre el rubro textil?



12. Si existiera una WEB gratuita donde nuclee las ferias de San Juan, ¿te sumarías?



### Pregunta 8: ¿Qué haces con las prendas que no puedes vender?

Los resultados mostraron una distribución bastante equitativa, ya que el 67% indicó que dona o recicla las prendas, el 58% las regala, el 44% las remata o intercambia, y el 36% las transforma para nuevos usos. La opción de desechar las prendas que no se venden no fue seleccionada por ninguno de los encuestados. Estos resultados demuestran que tienen conciencia ambiental y optan por diversas alternativas para reducir, reciclar y reutilizar las prendas antes de desecharlas.

### Pregunta 9: En el último mes, ¿Cuánto consideras que ganaste en ventas con tu feria?

A través de estas respuestas, se pueden observar las diferencias en la venta rápida de prendas entre las ferias físicas establecidas y las ferias en redes, las cuales no tienen tanto impacto económico. En las ferias físicas, las prendas se exhiben de manera más visible, los precios son más bajos y las prendas se liquidan en el momento, lo que resulta en un ingreso mensual de menos de 10 mil pesos para el 99% de los participantes. Sin embargo, es importante tener en cuenta que esta cifra puede variar considerablemente dependiendo del tipo de prendas y la temporada del año.

### Pregunta 10: ¿Conoces espacios accesibles y/o gratuitos para emprendedores textiles?

La totalidad de los encuestados indicó que no conoce espacios gratuitos para la realización de ferias americanas.

### Pregunta 11: ¿Te gustaría capacitarte con talleres y charlas sobre el rubro textil?

El 61% de los encuestados manifestó estar convencido de que sí participaría en capacitaciones, mientras que el 39% restante indicó que tal vez lo haría.

### Pregunta 12: Si existiera una WEB gratuita donde nuclee las ferias de San Juan, ¿te sumarías?

Casi la totalidad de los encuestados (89%) manifestó que participaría en una plataforma web gratuita, mientras que el 11% restante indicó que tal vez lo haría. Estas dos últimas respuestas sugieren que existe un mayor interés en acceder a una plataforma web gratuita que en capacitarse en el rubro textil.

### Pregunta 13: ¿Qué problemática tienes en tu feria americana a la hora de publicar, responder, entregar y vender?

En esta pregunta, en la cual los encuestados tuvieron la oportunidad de expresarse más detalladamente, se identificaron varias problemáticas en sus experiencias:

- La falta de compromiso se destaca como la principal preocupación.
- Existe dificultad para identificar a la persona interesada en la compra cuando la entrega se realiza en espacios públicos.
- Las personas tienen desinformación sobre el rubro y muestran reticencia a comprar prendas "usadas" debido a estigmatizaciones, mitos o leyendas, aunque estos motivos sean obsoletos.
- Tienen poco conocimiento sobre el uso de las redes sociales, o no saben cómo crear contenido atractivo para lograr ventas. Comentan que sus publicaciones no tienen suficiente alcance y no logran concretar ventas. Además, desconocen cómo mostrar adecuadamente las prendas, realizar sesiones de fotos y administrar eficientemente el poco tiempo del que disponen.

## Conclusiones.

Se propone generar posibles soluciones basadas en los resultados de la encuesta realizada, abordando tres áreas principales de formación que afectan de manera económica, social y ambiental, y promoviendo la justicia social al ofrecer espacios accesibles para voluntarios. El objetivo es dar nueva vida tanto a las personas como a la ropa.

Estas soluciones se llevarán a cabo en espacios verdes abiertos al público, como la Plaza España o el Parque Belgrano. Se trabajará en colaboración con ferias americanas locales de San Juan que no cuenten con espacios físicos o virtuales de ventas, y que estén dispuestas a participar de forma activa. Para lograrlo, se ofrecerán las siguientes iniciativas:

1. Creación conjunta de una comunidad en colaboración con la Fundación JAS.
2. Elaboración de material informativo sobre el rubro textil para desmitificar estigmas y leyendas, e informar sobre los beneficios de comprar prendas usadas.
3. Charlas sobre la administración de publicaciones en redes sociales.
4. Talleres para aprender a poner en buen estado las prendas, y generar contenido de calidad en comunidad. Esto incluye la creación de contenido fotográfico, la participación de modelos y la realización de campañas temáticas en línea con cada mes.
5. Identificación de personas en puntos de encuentro mediante el uso de eco-bolsas identitarias.
6. Planificación del espacio físico necesario y cantidad de stands a utilizar.
7. Selección de mobiliario adecuado para las ventas.
8. Diseño y colocación de cartelera para la señalización del evento.

Estas soluciones buscan impulsar un cambio positivo en la industria textil local, promoviendo la economía circular, la sustentabilidad y la participación activa de la comunidad.

## **Estrategia conceptual**

En base al análisis y las conclusiones de la investigación, se han identificado tres conceptos fundamentales que serán la base de este espacio multidisciplinario y estarán presentes a lo largo de todo el proceso.

- **Cíclico:**

Que se repite regularmente cada cierto tiempo. Que está organizado en ciclos.

- **Transmutar/ Metamorfosis:**

Transformación, cambio. Cambio o transformación de una cosa en otra, especialmente el que es sorprendente o extraordinario y afecta a la fortuna, el carácter o el estado de una persona.

- **Reciprocidad/ Entramado**

Correspondencia mutua de una persona o cosa con otra. Conjunto de cosas relacionadas entre sí que forman un todo.

## **Estrategia creativa**

### **La Rueca:**

Instrumento usado antiguamente para hilar a mano que consistía en una vara larga en que finaliza en un cabezal donde la fibra se enrolla el copo de lana u otra materia textil y un huso donde gracias a una rueda y un soporte que gira, se puede realizar el hilado.

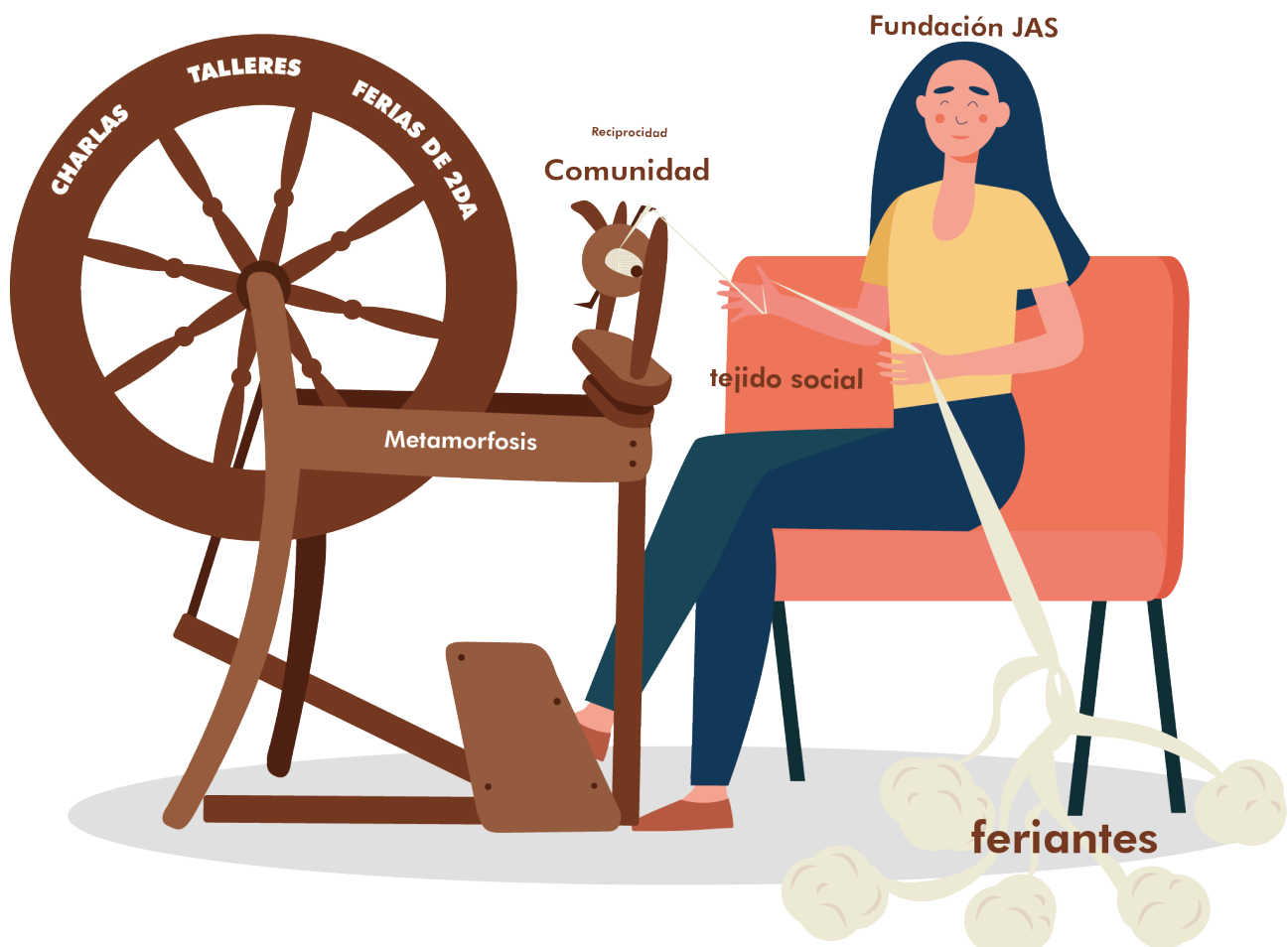
Es una muestra de identidad y resistencia artesanal frente a los productos industrializados. La importancia de la máquina de hilar y su papel en la historia de la humanidad se ilustra a través de ejemplos como la influencia en la lucha por la independencia de la India liderada por Mahatma Gandhi. En su lucha antiimperialista, Gandhi empleó diversas estrategias para lograr la independencia de su país, evitando el uso de la violencia. Entre las acciones destacadas, la máquina de hilar (conocida como la rueca) se convirtió en uno de los elementos revolucionarios utilizados. El objetivo de Gandhi era afectar la economía de los colonizadores que importaban productos de lana industrializados, fomentando así la fabricación local por parte de los hindúes en lugar de adquirir productos importados. Reconocía que esto no solo impulsaría el mercado interno, sino que también generaría empleo local, promoviendo la creatividad y el ingenio, y estableciendo una resistencia pacífica sin recurrir a armas, con la máquina de hilar como elemento principal.

Para la estrategia creativa, se ha utilizado la metáfora de la rueca, en la cual cada temática abordada se representa mediante un giro de la rueda. Por ejemplo, cada charla se representa con un giro, los talleres con otro giro, y las ferias de segunda mano con el último giro. Esta representación simbólica permite abarcar diversas temáticas y se puede añadir más giros en el futuro para ampliar la variedad de temas tratados.

Los emprendedores son representados como materia prima en estado bruto, que, a través del tiempo y el compromiso, se convierte en un hilo que teje los lazos sociales, en colaboración con la Fundación JAS. La creación de una comunidad integrada por los feriantes tiene como objetivo lograr una transformación genuina en cada individuo, fomentando conexiones y vínculos de forma regular y periódica.

Los espacios verdes desempeñarán un papel fundamental como puntos de conexión entre los diversos actores involucrados en este proyecto. Estos actores se dividirán en tres categorías según su enfoque social, ambiental o económico, y el resultado será la creación de una red entrelazada de vínculos entre las personas participantes.

El resultado final es el hilo, que actúa como un disparador de futuras ideas creativas que se entrelazarán entre sí para dar forma a nuevos bienes o servicios en forma de hilados. Esto ayudará a fortalecer la comunidad y a formar nuevas conexiones en la creación de productos que transmitan estos conocimientos a las nuevas materias primas.



Es una muestra de identidad de resistencia artesanal frente a los productos industrializados.

# Plan de acción - Programa de diseño.

## ORGANIZACIÓN.

### Entender.

Objetivo: conocer a la comunidad, donde está, que necesita y como se puede obtener.

Acción: Se propone realizar una encuesta y posteriormente analizar los resultados obtenidos para identificar los problemas principales y posibles soluciones. A partir de estos resultados, también se seleccionarán temas para los conversatorios y prácticas de taller que sean de interés para los participantes.

- Encuesta y procesamiento de datos.
- Obtener conclusiones y posibles soluciones.

### Creación.

Objetivo: Otorgar una plataforma gratuita para concretar ventas con mayor compromiso.

Acción: Se plantea iniciar con una búsqueda e investigación, seguida de un análisis y diseño de una identidad visual que represente y refleje la identidad de la comunidad. Además, se propondrá el diseño del layout e interfaz, así como los usos y especificaciones de la plataforma web.

Identidad visual:

1. Creación de propuesta.
2. Diseño de piezas y elementos.

Desarrollo web:

1. Usabilidad.
2. Cantidad y calidad de la información.
3. Accesibilidad, desarrollo y sistemas.
4. Aplicación web de la identidad.
5. Motores de búsqueda orgánicos.

### Trascender.

Objetivos: Empezar a ser conocida como la feria de la cultura sostenible y sus beneficios.

Acción: Se busca poner énfasis en la concientización y difusión del modelo que se opone al consumo desaforado, mediante campañas que inviten a aquellos interesados en la acción climática, y a la comunidad en general, a crear nuevas formas de socialización e intercambio.

Difusión del proyecto:

1. Construcción y materialización.
2. Presentación.



## **PRE-FERIA.**

- *Planificación:*

Objetivo: Elaborar un cronograma de actividades para ejecutar la propuesta con la comunidad.

Acción: En colaboración con los actores involucrados, se procederá a discutir las conclusiones obtenidas en la etapa de "Entender" y establecer las bases que se ajusten a sus necesidades. Esto incluirá la determinación de los días, horarios y lugares para llevar a cabo los encuentros presenciales. Finalmente, se realizará una difusión del proyecto al público interesado, presentando la propuesta diseñada para la revalorización de prendas de segunda mano.

Búsqueda y análisis de datos relevantes:

1. Reconocimiento de necesidades
2. Encuentros participativos con la comunidad
3. Autodiagnóstico comunitario
4. Análisis FODA

## **FERIA.**

- *Intervención:*

Objetivo: Enriquecer a través de redes participativas, en materia económica, social y ambiental.

Acción: Se convocará a toda la comunidad comprometida para colaborar en conjunto con un objetivo común. En primer lugar, se llevará a cabo un taller previamente planificado, que constará de tres partes: una introducción para explicar el propósito de la actividad, una sección de acción y discusión sobre los temas pertinentes, y una conclusión final como cierre.

Posteriormente, se organizarán espacios de comercialización donde se exhibirán prendas usadas en áreas verdes. Esta iniciativa fomentará la creación de relaciones cercanas, ya que el espacio promoverá la interacción y la participación comunitaria, basándose en la popularización de organizaciones que siguen el modelo de uso compartido, intercambio y colaboración.

Conversatorios y talleres:

1. Explicación actividad
2. Acción y conversatorio simultáneo
3. Reflexión y conclusión final
4. Comienzo de venta al público
5. Relaciones de cercanía

## **POST-FERIA.**

- *Conexión:*

Objetivo: En esta etapa se desarrolla el papel de vinculación de la Fundación JAS, que será el punto de unión entre los feriantes, generando un tejido social.

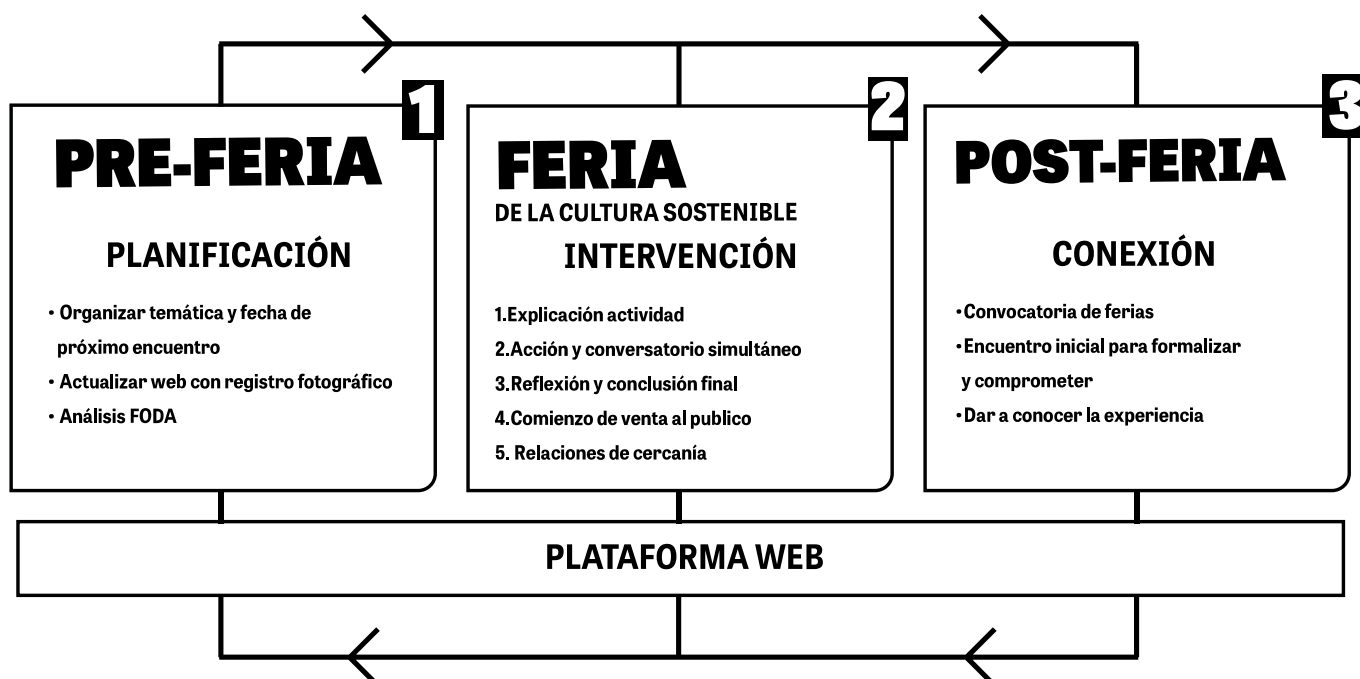
Acción: Con el objetivo de establecer vínculos entre los distintos actores involucrados, la Fundación JAS llevará a cabo una convocatoria dirigida a las ferias americanas textiles de San Juan. Una vez finalizado el periodo de convocatoria, se realizará un primer encuentro para presentar el proyecto futuro, destacando la importancia y el impacto ambiental, social y econó-

mico que estas ferias generan. De esta manera, se iniciará la revalorización de este oficio a través de la propuesta planteada, buscando el apoyo y la participación de aquellas ferias que estén dispuestas a colaborar.

- Convocatoria de ferias
- Encuentro inicial para formalizar y comprometer
- Buscar sitio adecuado
- Dar a conocer la experiencia

Durante todo el proceso, se tiene acceso a la página web:

1. Primero para dar a conocer al proyecto y para sumar a los actores que estén interesados.
2. Segundo para comercializar durante las semanas que no se realicen encuentros.
3. Tercero, para dar a conocer las actividades que se desarrollan en los encuentros.



#### Ejemplo.

- Feria de cultura sostenible:  
Feria americana, vintage, de 2da mano y Trueque / Donación  
Ubicación | Espacios verdes, Jardines plaza España.

Temas de talleres de acción ambiental:

1. Costura terapia.
2. Thrifting
3. Upcycling
4. Patchwork
5. Zero Waste

Tema conversatorio de Educación regenerativa:

1. Deconstruir para construir prendas únicas
2. Moda circular y economía verde
3. Sustentabilidad de telas y diseño patrones.
4. Las mujeres que hacen nuestra ropa.
5. Ropa más sostenible

## **5. ANTEPROYECTO**

### Creación.

La alternativa final seleccionada combina tres campos fundamentales, y el proyecto surge de la integración y la inclusión de estos elementos.

La rueda se visualiza como un símbolo de movimiento constante, donde las personas, el hilo, los actores, la rueda, los feriantes y el pedal interactúan entre sí. Existe una dinámica de acción, circulación y encuentro entre todas estas piezas, que están unidas en un mismo propósito.

### Espacio Itinerante.

Se propone la creación de un espacio itinerante que se presentará en lugares con gran afluencia de personas, tanto locales como visitantes. Estos lugares incluirán las plazas departamentales de la capital de San Juan, como la Plaza Aberastain, Plaza Almirante Brown (Trinidad), Plaza Laprida, Plaza del Bicentenario, entre otras.

Todo este trabajo se llevará a cabo gracias a la colaboración conjunta de los feriantes y los voluntarios de la fundación JAS. El espacio se dividirá en tres bloques distintos:

- Bloque Conversatorio:

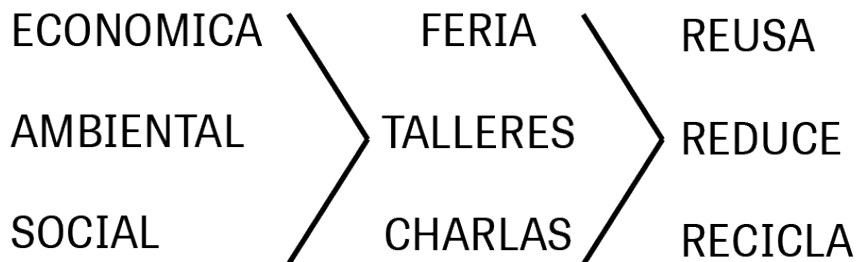
Se expondrá algún tema relacionado y se realizará un debate al respecto.

- Bloque Talleres:

En este bloque, se realizarán los banderines de los feriantes nuevos y se dará capacitaciones de diferentes técnicas de reciclaje.

- Bloque Feria:

Las personas podrán interactuar con las prendas y realizar compras. Además los feriantes tendrán un intercambio y se sumarán nuevos integrantes tanto de la feria como voluntarios.



## MOODBOARD:

Se utilizó la herramienta visual del moodboard, el cual consiste en un collage intencional y estratégico que sintetiza la estética visual y las ideas del proyecto.



## 5.1. IDENTIDAD Y SISTEMA DEL ESPACIO ITINERANTE.

### Naming.

Se decidió generar un nombre que represente conceptualmente a este proyecto como una comunidad que intercambia conocimientos, prácticas y prendas. Los análisis y conclusiones de la investigación realizada a través de encuestas y relatos obtenidos de la comunidad fueron fundamentales para comprender, empatizar e identificar elementos clave de su identidad cultural.

Durante la búsqueda del nombre, se buscó una palabra significativa que evocara los conceptos definidos en la ruela, tales como lo cíclico, la metamorfosis y la reciprocidad. A través de un proceso de brainstorming, surgieron las siguientes definiciones:

- intercambio
- trueque
- trocando
- **TRUECA**

Se definió la palabra TRUECA como la más relevante.

La Trueca: Cambiar, dicho de una cosa: Mudarse, cambiarse enteramente. No solo es un cambio de una cosa, es el cambio de conductas, personal y de estilo de vida que se propone, es un cambio auténtico.

En la composición se incluye la palabra "Ruela", que fue utilizada anteriormente en la estrategia creativa, haciendo referencia a los conceptos definidos en dicho proceso. Al nombre se agrega el artículo "la" para enfatizar la jerga popular.

### Marca.

Dentro de los rasgos identitarios del graffiti, se encuentra el "tag", que consiste en una firma del autor. Podría decirse que el proceso de elaboración de un tag es similar al proceso de escritura, ya que implica la deconstrucción de la transcripción de una palabra (nombre o iniciales) mediante grafemas (letras), dando origen a un logograma o ideograma. Esto representa una unidad de la lengua y se convierte en un signo de otra naturaleza. De esta manera, la firma (identidad) "La Trueca" funcionará para la comunidad.

Su proceso de creación se realizó teniendo en cuenta los principios universales de creación de una marca:

- Debe ser única, exclusiva y diferente al resto.
- Reflejar la personalidad.
- Ser social, crear momentos y vivencias.



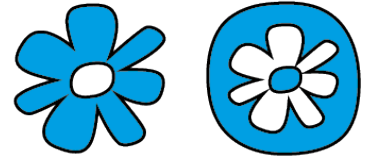
### Bocetos de Marca:

El boceto se modificó debido a que se observó que el logo presentaba demasiadas variaciones de colores y elementos, lo que dificultaba su reproducción y contradecía el concepto del proyecto.

### Señalética / Iconografía.

Continuando con los conceptos definidos en la estrategia creativa, se ha desarrollado el siguiente sistema de iconos que se ajusta a la temática.

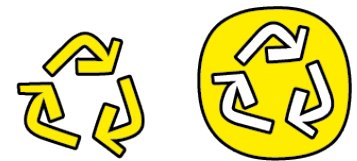
FERIA



TALLERES



CHARLAS



### Publicidad en redes sociales.

Estas piezas digitales han sido creadas de acuerdo a la temática seleccionada y tienen la función de proporcionar información relevante, como fechas, lugares y horarios de la feria. Además, incluyen enlaces directos que redirigen a la página web donde se llevan a cabo las ventas.



### Bocetos de Sistema:

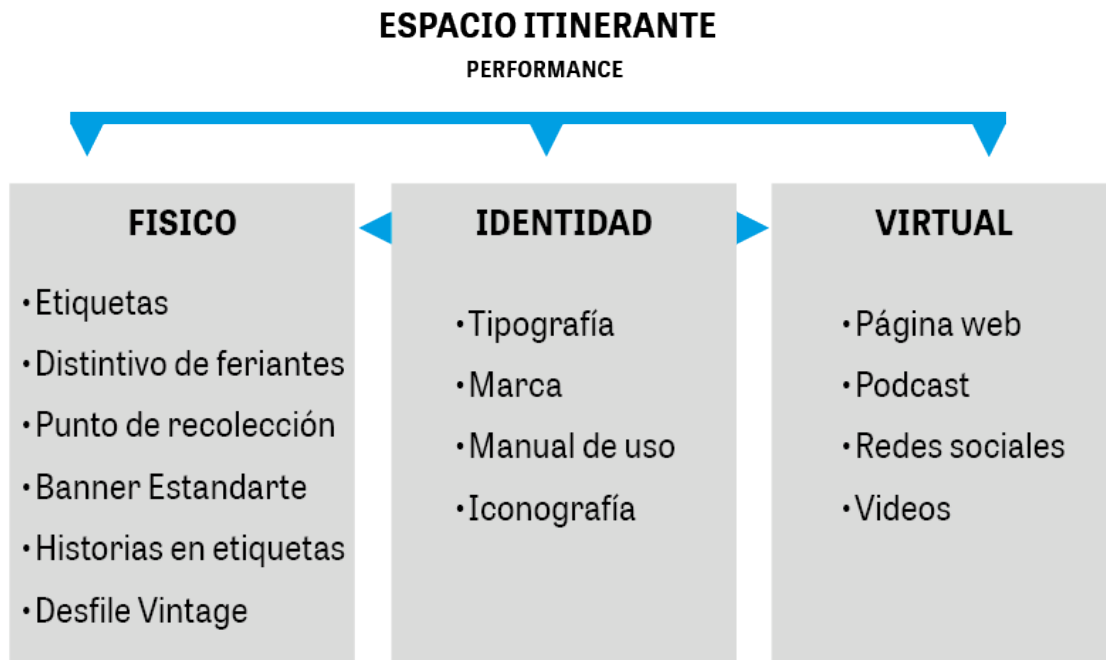
En esta etapa inicial de exploración, se han determinado los lenguajes, colores y contrastes que se utilizarán. Como resultado, se han realizado modificaciones en las piezas para lograr un diseño más limpio y ordenado.



## **6. PROYECTO:**

## Proyecto.

### 6.1. Identidad.



#### Parámetros.

- Auténtico, único, reflejar personalidad.
- Amigable, popular y moderno.
- Alfabeto deconstruido, adueñarnos del lenguaje.
- Orgánico y espontáneo.

#### Ajustes sintácticos y aspectos relevantes de su uso.

La nueva identidad de LA TRUECA ha surgido representando la metamorfosis y el entramado que forma un todo. Se ha creado con una personalidad única, amigable, popular y moderna.

### Diseño final de la marca

La identidad visual se creó teniendo en cuenta los conceptos que se desean comunicar. Se seleccionó la tipografía "Nudgewink - bold" y se realizaron ajustes para resaltar los rasgos representativos. Se utilizó un fondo negro que integrara todas las letras y se optó por terminaciones sans serif. De esta manera, se logra movimiento y unión entre algunas letras a través del fondo negro y la inclinación de algunas letras, simbolizando el cambio y el entramado.



Ajustes de proporciones y forma.



Aplicación de marca.



Negativa.



Positiva.

## Tipografía.

Tipografía para títulos principales: Tablet Gothic, (en sus versiones Bold y Heavy). Para textos en general se utiliza la variable en regular.

Se utilizan las variables Regular, Bold y Heavy.

Diseñado por José Scaglione y Veronika Burian. De TypeTogether. Una familia agradable y completa de 84 grosores para un uso editorial extensivo. (Adobe Fonts, s.f.)

Tablet Gothic es una propuesta tipográfica completa diseñada para publicaciones tanto en papel como para plataformas digitales.

Es un tipo que es robusto, sencillo y limpio, es una sans serif grotesca, funciona con nitidez tanto en las pantallas como en impresión.

Usos: Es buena tipografía para titulares, con un completo sistema de 84 pesos la hace muy versátiles para las necesidades de las publicaciones actuales. La legibilidad de los tamaños pequeños está optimizada al máximo en los estilos orientados para grandes bloques de texto. El kerning elaborado por Radek Sidun funciona a la perfección en todos los cuerpos tanto para grandes títulos como para textos explicativos de gran extensión. (Escuela superior de diseño, 2014).

## **TIPOGRAFÍA:**

### **TABLET GOTHIC REGULAR**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!

### **TABLET GOTHIC BOLD**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!

### **TABLET GOTHIC HEAVY**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!

### Colores de la marca.

La paleta de colores de la marca se compone de tres colores principales que deben predominar en su identidad visual. Se busca una saturación y contraste adecuados, utilizando colores puros.



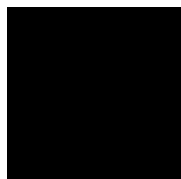
RGB: 255 237 0  
CMYK: 0% 0% 100% 0%  
HEIC: #FFED00



RGB: 230 0 126  
CMYK: 0% 100% 0% 0%  
HEIC: #E6007E



RGB: 0 159 227  
CMYK: 100% 0% 0% 0%  
HEIC: #009FE3



RGB: 0 0 0  
CMYK: 100% 100% 100% 100%  
HEIC: #000000

### Iconografía / señalética.

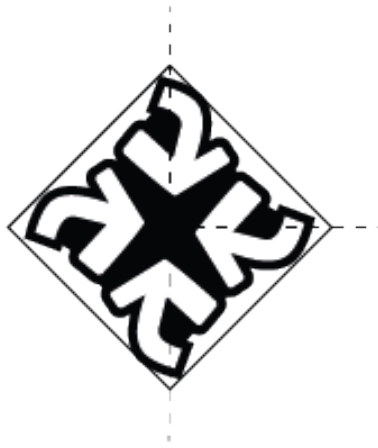
Después de seleccionar la tipografía y el tamaño que atraen ciertas miradas y excluyen a otras para las cuales la lectura resulta dificultosa o directamente imposible, se considera el tamaño de la letra. A esto se le suma el uso de diversos elementos semióticos con niveles interpretativos variados, la carga simbólica y los supuestos culturales que condicionan la comprensión. Siguiendo esta premisa, se crean los siguientes símbolos:

Siguiendo los conceptos de metamorfosis, ciclo y entramado, se ha desarrollado el siguiente sistema de íconos que representan los bloques de charlas, talleres y ferias. Estos íconos se crearon a partir de una gráfica que va evolucionando de una forma a otra, estableciendo conexiones entre sí. Se utilizó un símbolo gráfico básico de flechas para representar las interacciones en los diferentes bloques.

Objetivos: Una flecha tiene un objetivo específico, como alcanzar un blanco en una competición de tiro con arco, de manera similar, en una feria, los visitantes pueden tener diferentes objetivos, como vender y generar ganancias, para los visitantes el comprar productos y generar en comunidad un espacio de educación y creación.

### Charlas.

Las flechas apuntando hacia un punto se han utilizado como símbolo para indicar un enfoque o dirección específica. En este contexto, representan un punto de intercambio y encuentro en los conversatorios y debates, donde las ideas convergen y se dirigen hacia un objetivo común.



**CHARLAS**

Punto de encuentro  
unión, intercambio

#### Talleres.

Utilizando el símbolo del Anillo de Möbius, que ya es reconocido y estandarizado en su significado, las tres flechas hacen referencia a las 3 erres (Reusar, Reducir y Reciclar). En los talleres, la intención de este símbolo es indicar que los materiales utilizados en la fabricación del nuevo producto pueden ser reutilizados y reciclados, promoviendo así la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.

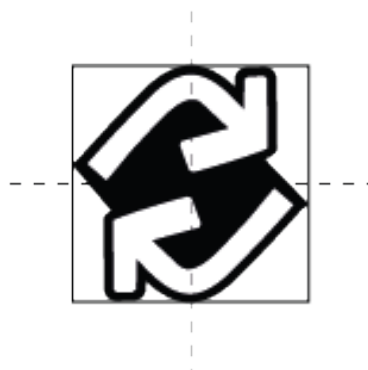


**TALLERES**

Reusar, Reducir y Recicla  
Triángulo Möbius

#### Ferias.

Se utilizó el símbolo de la flecha giratoria, que representa el movimiento o la rotación en una dirección circular, así como un proceso en constante movimiento. Al igual que una flecha tiene una dirección clara en la que se mueve, en este caso, la flecha simboliza la transformación. En el contexto de una feria, también representa el sentido en el que los visitantes se desplazan e intercambian experiencias, bienes y servicios.



**FERIA**

Rotación y movimiento  
Reciprocidad

# ICONOS



**CHARLAS**



**TALLERES**



**FERIA**

Cuando se requiere identificar los 3 símbolos juntos, se ha optado por crear una combinación de los mismos junto con la frase "COMUNIDAD DE TRUEQUEROS". De esta manera, se busca resaltar la conexión entre los símbolos y transmitir la idea de pertenencia a una comunidad comprometida con el intercambio y la colaboración.

**COMUNIDAD DE**     
**TRUEQUEROS**

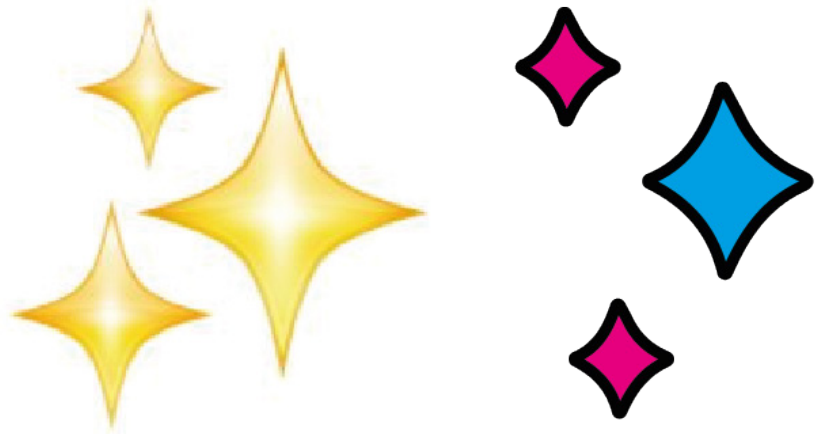


### Gráficos vectoriales.

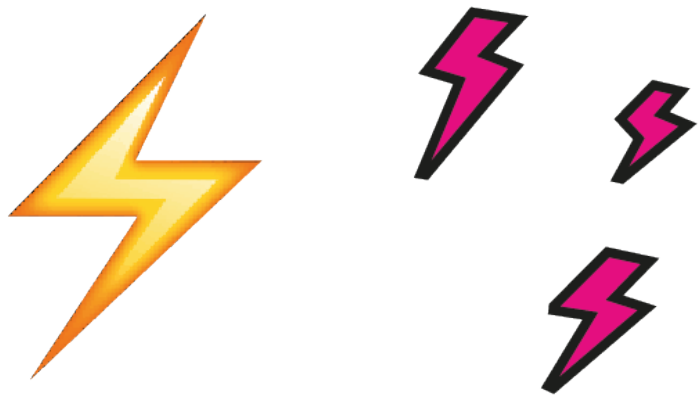
Se han creado gráficos vectoriales como recursos gráficos para las piezas de comunicación. Son 4 representaciones basadas en emojis estandarizados.

Se aplican con relleno de color, contorno en negro y se colocan de forma jerárquica en conjunto de 3, acompañando y adecuándose a la publicación.

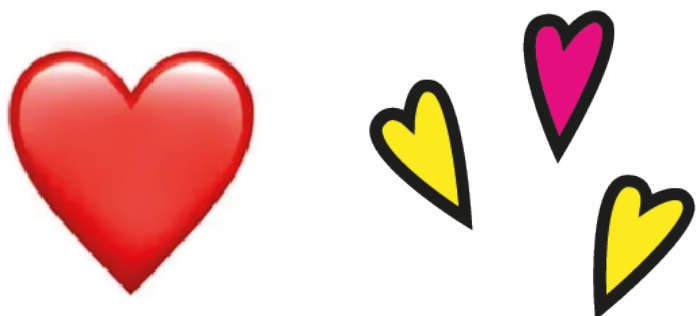
### Brillos( belleza).



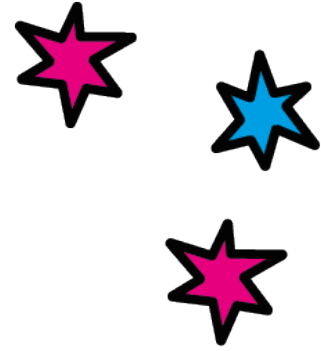
### Rayos (energía).



### Corazones (amor).

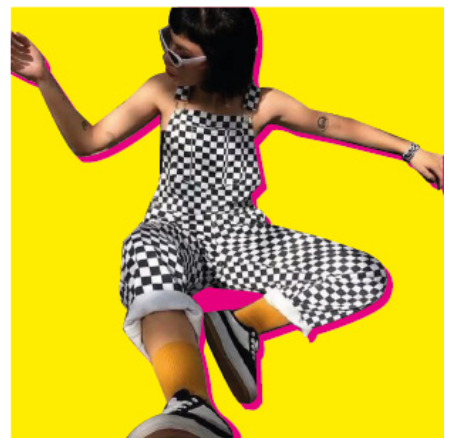
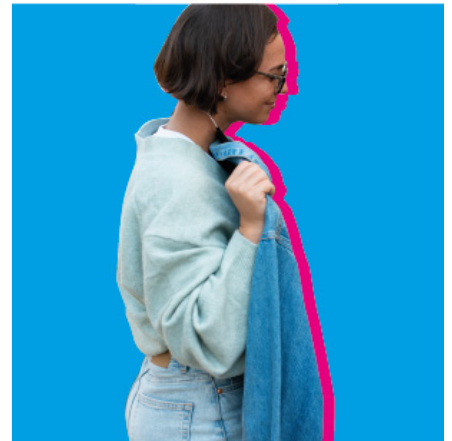


Estrellas (felicidad, gratitud y emoción).



### Collage digital.

Para las fotografías, se emplea una máscara de recorte al corte, asegurando que estén en el límite de los bordes. Además, se colocan centradas y se les agrega una sombra o borde de color sólido que genere un contraste con el color de fondo.



## Códigos lingüísticos.

Basándose en los parámetros mencionados anteriormente, se ha definido un lenguaje desestructurado y amigable para la comunicación. En algunos casos, se ha utilizado de manera estratégica el hipograma (uso de pocas palabras) para lograr la concisión en el mensaje.

El objetivo es construir un mensaje libre de elementos innecesarios y de ideas adicionales, eliminando todo lo que no sea indispensable a nivel gramatical, léxico y hasta tipográfico. Se redactará en modo imperativo, que es el modo gramatical empleado para expresar mandatos, consignas, solicitudes, ruegos o deseos.

- Reimagina, recrea, restaura
- Full sostenible
- No aumentes + tu huella hídrica
- Circula tu pilcha
- Hereda tu ropa
- Hasta que la muerte nos separe, hasta el final con vos
- Garantía de por vida
- Revolucionemos la moda
- Re manija por vos
- Transmití lo piola
- No te quedes en pelotas
- Cuida el sope
- Encuentra tu próximo crush
- No se achican, vos tampoco
- No te pongas la gorra
- Eu... estas al pedo?
- Hey, vamos a la trueca - messirve
- Datazo de la moda.
- Es una masa, la trueca
- Fichate esta data:
- Hace que quede joya - talleres
- Mensa pero original papá - talleres
- La posta de la moda rápida
- Quién te juna fast fashion
- Aguante la trueca
- Mejor que la salada
- La mas polenta
- Ni trucho ni feka
- Truequemos

Uso de expresiones, refranes y dichos populares aplicados en la venta de ropa usada:

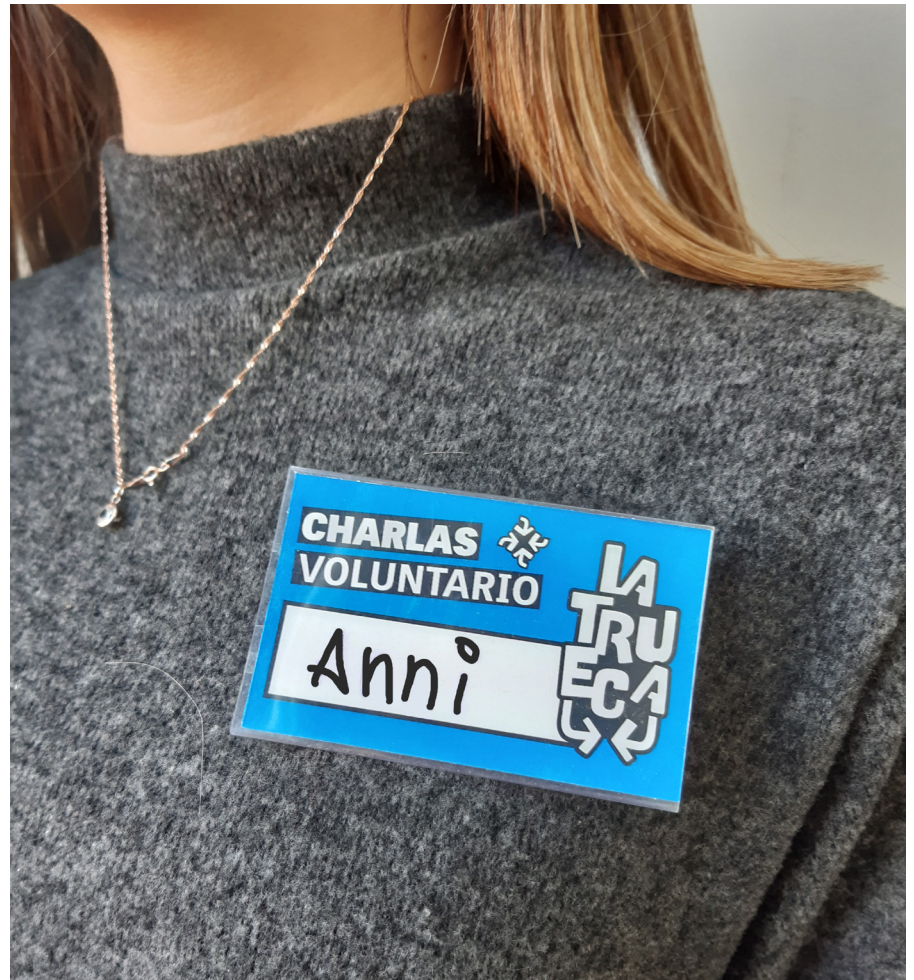
- El consumo te consume
- Viste lo que viste
- Hay ropa tendida
- Eres lo que vistes
- Dime cómo vistes y te diré quien eres.
- Trocando lo sucio en oro
- Prendete a la trueca
- La ropa (tela) buena, siempre que se lava, se (re)estrena
- No hay mejor ropa (moda), que la que más te arropa (acomoda)
- Lo que se reestrena, siempre alegre
- Cambiá tu estilo, cambiá tu vida.
- Ni amor forzado, ni zapato apretado.
- Gracias por re-utilizarme

## 6.2. Sistema del espacio en plazas.

*Espacio físico:*

### Distintivo de feriante.

Se utiliza una señal u objeto para distinguir e identificar a cada persona y su stand en la feria. Se colocarán banderines en cada mesa como elemento decorativo y de identificación. Estos banderines serán confeccionados por los propios feriantes durante el taller de la feria.



### Estandarte - Bandera.

El estandarte es una pieza rectangular de tela sujeta a un astil, que cumple la función de ser un símbolo distintivo y representativo de la comunidad.



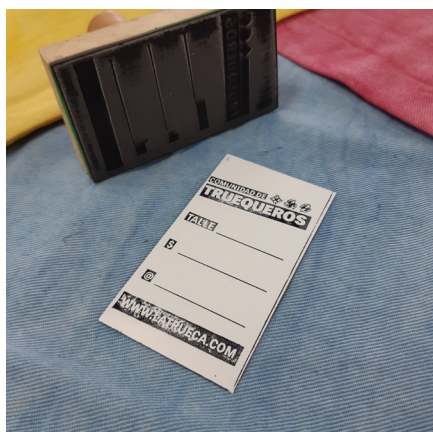
*Contextualización de como se vera la bandera que representara a la feria.*



## Etiquetas.

Es un trozo de papel, cartulina u otro material similar que se coloca en las prendas para mostrar información relevante sobre ellas.

Está impreso en un lado con la identificación de la marca y en el otro lado hay un espacio para que cada feriante pueda agregar su usuario, el precio y el tamaño de la prenda.



## Performance.

Se busca canalizar un sentimiento único de amor hacia la ropa y la preferencia por comprar artículos vintage, demostrando compromiso con esta práctica. Aunque pueden surgir emociones simultáneas y contradictorias en relación con la moda, se manifiesta un ideal.

Durante la feria se llevarán a cabo intervenciones simultáneas, invitando a la comunidad y al público a participar en la creación de nuevas formas de expresión. Estas intervenciones se realizarán en bolsas, telas, banderines, carteles de difusión, remeras, stickers y cualquier superficie u objeto disponible. El graffiti, como práctica discursiva, se caracteriza por elegir soportes no destinados originalmente para la escritura, lo cual transmite un mensaje de protesta y resistencia hacia los actuales patrones de moda. Para estas intervenciones, se utilizarán materiales proporcionados por la municipalidad de la capital, como estenciles, marcadores y aerosoles. Además, se distribuirán en espacios públicos como parte de la campaña y se difundirán en redes sociales. Es importante destacar que la autoría de estas actividades se reivindica de manera colectiva y no individual.

### Eco-Bolson.

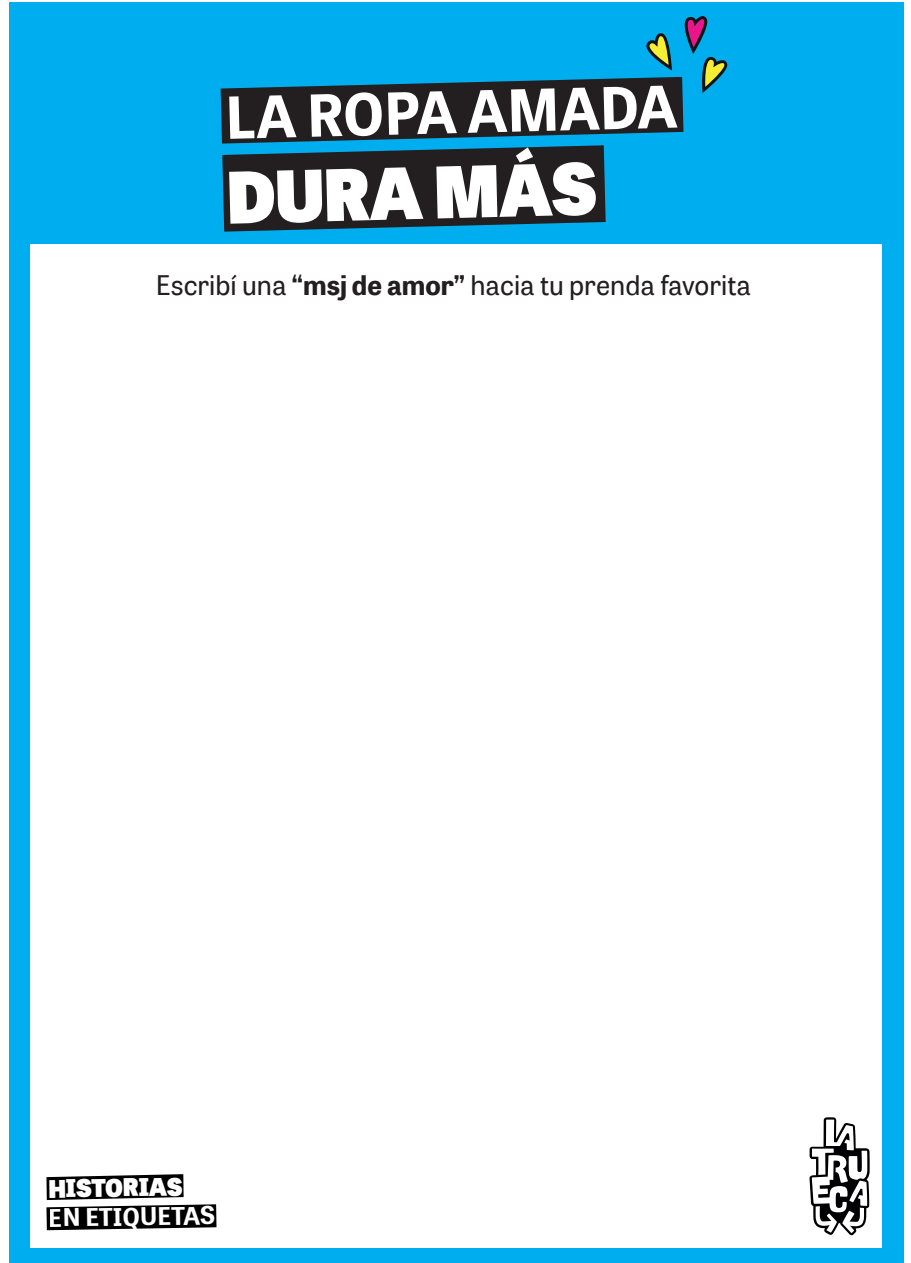
Se realizaron Eco-Bolsos, realizados en gabardina reforzada, teñida a mano, asa de cordón ancho y estampada con el logo de la comunidad. Estos bolsos están optimizados para la función de traslado de ropa, también se venderán al público para poder solventar gastos de los feriantes.

Se ofrecerá la opción de personalizar el tipo de asa según la preferencia de cada feriante. Se proporcionarán medidas estándar, pero se permitirá que los feriantes elijan el material del asa. En los talleres se podrán intercambiar o utilizar materiales reciclados para las asas.



### Historias con etiquetas.

Se creará una instalación en la que se invitará a los visitantes a expresar y escribir un “mensaje de amor” hacia una prenda favorita de su armario. El objetivo es reflexionar sobre la frase “la ropa amada dura más”. Estas reflexiones se utilizarán posteriormente para transmitir el amor y el cuidado hacia las prendas en la página web. La instalación consistirá en una lámina de vinilo en la que los visitantes podrán escribir los mensajes de amor. Una vez escritos, los mensajes se borrarán y la lámina se volverá a exponer para continuar el ciclo.



**LA ROPA AMADA  
DURA MÁS**

Escribí una “msj de amor” hacia tu prenda favorita

**HISTORIAS  
EN ETIQUETAS**

**LA  
TRU  
ECA**



*Espacio virtual:*

#### Podcast.

Se creará contenido en formato de audio, que estará disponible a través de archivos o transmisiones en streaming. El podcast ofrece la ventaja de ser un formato bajo demanda, lo que permite a los usuarios escucharlo en el momento que deseen. Durante los conversatorios, se realizarán grabaciones para luego recopilarlas en un podcast.

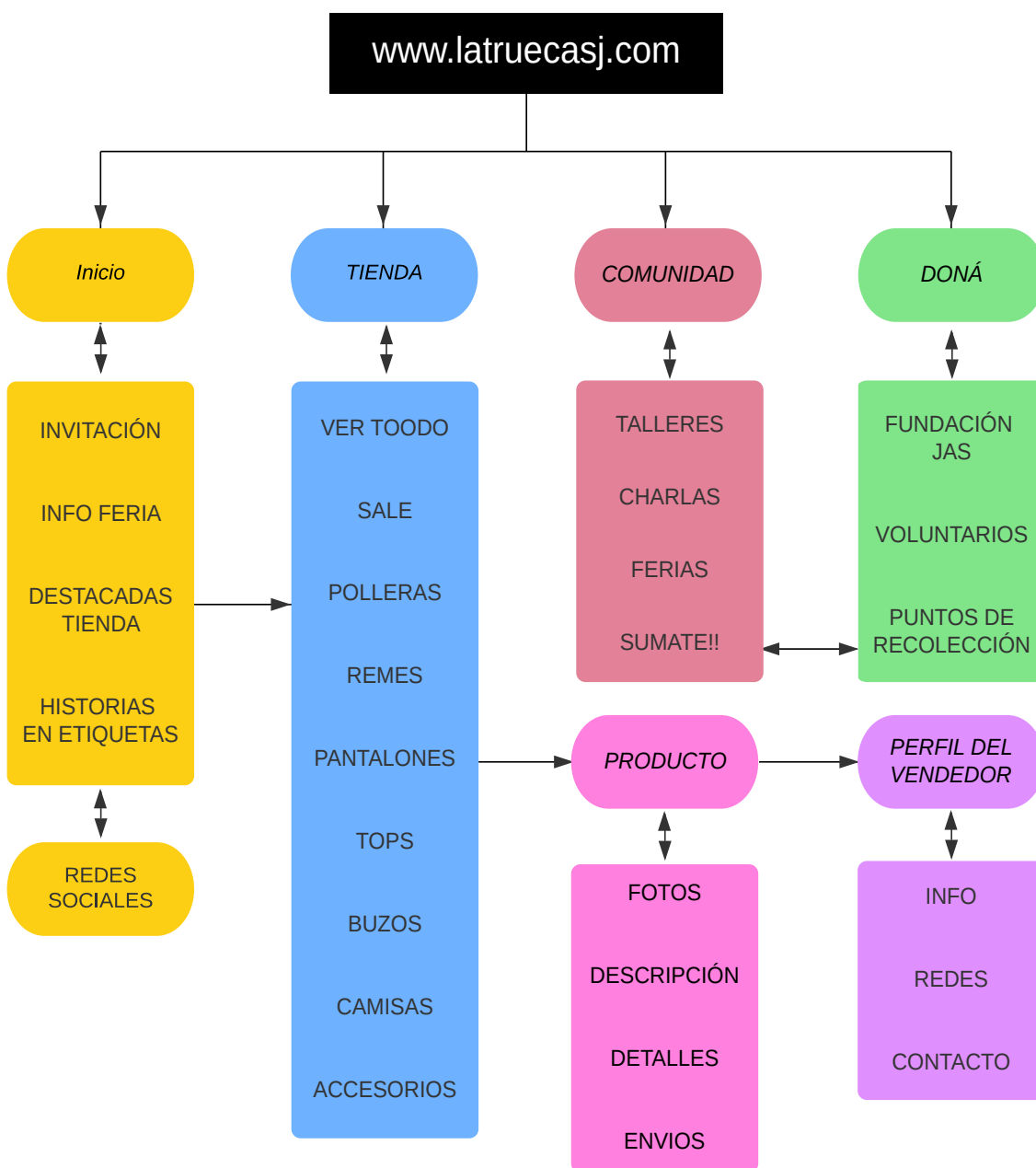




### Página web.

Se utilizará una página web para dar a conocer el proyecto y las actividades que se llevarán a cabo en los encuentros, así como para promover el consumo responsable de textiles desde casa, involucrar a diferentes actores interesados en participar en diversos niveles y facilitar la venta de productos sin comisiones ni intermediarios durante las semanas en las que no se realicen los encuentros. El acceso a la web estará disponible a través de las redes sociales y contendrá toda la información relevante del evento, como fechas, horarios, puntos de recolección, instrucciones para unirse y las colaboraciones planificadas para el proyecto. El objetivo de este diseño es mostrar los productos de los feriantes cuando no se realice la feria presencialmente.

### Arquitectura de la información.





Menu Principal.

**NO TE QUEDES EN PELOTAS**

DOMINGO 11 - DIC 20HS  
PLAZA ESPAÑA

**REIMAGINA**  
**RECREA**  
**RESTAURA**

Somos una comunidad sustentable del área textil realizada en un espacio físico y virtual, que se compromete con las áreas:

- Económica
- Social
- Ambiental.

**RE CANCHERO DESTACADAS**

Camisa Negra \$5000  
Talla M

Vestido negro de gamarras \$8000  
Talla M

Mochila bordada nueva \$2000  
Dado en la foto

**HISTORIAS EN ETIQUETAS**

Este vestido me ayudo a tener confianza después de sentirme mal con mi cuerpo, fue mi vestido favorito.

La única vez que gané un trofeo tenía este top puesto, estaba muy feliz.

@feria\_hemero  
Rosario, San Juan.

@feria\_venus  
Capital, San Juan.

**SEGUINOS!!!**

f i s

**LA TRU ECA**

INICIO TIENDA DONA COMUNIDAD

CONTACTO +54 264 550 7610 latruca@gmail.com latruca@truceca.com.ar

LA TRU ECA Comunidad de truequeros Todos los Derechos Reservados

SEGUINOS! f i s

**NO TE OLVIDES TU ECOSOLSON**

**VER TOODOO TIENDA**

Vestido COMBI 01 \$5000  
Talla M

Vestido Puma \$1000  
Talla M

Zapatillas Adidas Blue Black \$1000  
Talla 35-36

**JEANS POLLERAS TOPS**

**CAMISAS ACCESORIOS BUZOS**

**REMERAS VESTIDOS MOCHILAS Y +**

**TRANSMITÍ LO PIOLA**

**LA TRU ECA**

INICIO TIENDA DONA COMUNIDAD

CONTACTO +54 264 550 7610 latruca@gmail.com latruca@truceca.com.ar

LA TRU ECA Comunidad de truequeros Todos los Derechos Reservados

SEGUINOS! f i s

**EL FUTURO ES FULL SOSTENIBLE**

DOMINGO 11 - DIC 20HS  
PLAZA ESPAÑA

**COMUNIDAD DE TRUEQUEROS**

Realizamos servicios participativos y creamos vínculos a escala vecinal. Nuestra esencia es el intercambio, la participación y el compromiso.

**CHARLAS**

En estos debates se fomenta la reflexión crítica de la industria textil, también se promueve el aprendizaje y la educación, para poder generar soluciones creativas en comunidad.

**TALLERES**

Fabricamos nuevas prendas con los desechos, usándolos como nueva materia prima. Generamos oportunidades de creación de roles, fortaleciendo la comunidad y mejorando la calidad de vida de los forjantes.

**FERIA**

Ayudamos a la economía local y prácticas más sostenibles en comunidad, concientizamos sobre el impacto ambiental y promovemos el consumo responsable.

**DONA!**

**PRENDETE A**

**LA TRU ECA**

**SUMATE!!! RE-SIII**

**VENDER VOLUNTARIO**

**LA TRU ECA**

INICIO TIENDA DONA COMUNIDAD

CONTACTO +54 264 550 7610 latruca@gmail.com latruca@truceca.com.ar

LA TRU ECA Comunidad de truequeros Todos los Derechos Reservados

SEGUINOS! f i s

Inicio-

Tienda.

Comunidad.

## ¿QUÉ ES «JAS»?

Jóvenes por la Agenda Sostenible, es una ONG (Organización No Gubernamental). Su enfoque es la promoción de los derechos de los jóvenes y los ODS, situada en San Juan, Argentina.

## UNIÓN TRUEQUERA

Junto a LA TRUECA, buscamos un impacto positivo en la promoción de prácticas sostenibles y siendo socialmente responsables. Mejorando la eficiencia y el alcance de la comunidad a través de la colaboración y apoyo mutuo.

## ¿QUÉ SON LOS ODS?

Objetivos de Desarrollo Sostenible, se adoptaron por todos los Estados Miembros en 2015 como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas a las personas gocen de paz y prosperidad para 2030.

## ¿QUERÉS SER PARTE?

Buscamos potenciar la juventud. Sumate como voluntario!!! para participar en la feria más potente de San Juan.

## ¡ESCRIBINOS!

## PUNTOS DE RECOLECCIÓN

DEJA TU DONACIÓN EN CUALQUIERA DE ESTOS PUNTOS:

### RIVADAVIA

ACIUS  
UBI: 4100 Ross, Okawville, IL  
TEL: 264 5 807 610

### CAPITAL

ERIJA  
UBI: 4100 Ross, Okawville, IL  
TEL: 264 5 551 026

INICIO  
TIENDA  
DONA  
COMUNIDAD

CONTACTO  
+54 264 580 7610  
latruca@gmail.com  
latruca@latruca.com.ar

LA TRUECA  
Comunidad de truequeros  
Todos los Derechos Reservados

SEGUINOS!  
f @ s

## VESTIDO COMPLIT

**\$1.500**

Vestido corto Marca COMPLIT con lunares, cuello redondo y mangas medias 3/4.

**TELIDO**  
Fibras estampada 100% Rayón (es una tela muy liviana y fresca)

**DETALLES**  
Ninguno

**ESTADO**  
Como nuevo

**COLORES** **TALLE** **MEDIDAS**  
Largo 72 cm  
Busto 80 cm  
Cintura 65 cm

**DESCRIPCIÓN**  
Los días soleados se vuelven más disfrutables con el vestido COMPLIT con lunares. Ya sea que te estés relajando en tu casa o saliendo de vacaciones bajo el sol, el vestido es tu opción para comodidad durante todo el día y estilo sin esfuerzo.

**COMPRAR**

## INFO ÚTIL

### MÉTODOS DE PAGO

Con tarjeta de crédito, PagoPago, Pago Fácil por Mercado Pago. Hasta 12 cuotas sin interés mediante la tarjeta y el banco que tengas.

### COMPROMISO

Somos una comunidad comprometida con el ambiente, por eso todos los productos de esta web son usados.

### MÉTODOS DE ENVÍO

Ratiro en puntos del centro y envíos a domicilio. Una vez reservada la prenda con una señal, los envíos demoran entre 5 y 7 días hábiles.

### HORARIOS

Cualquier inconveniente no dudes en hacernos. Te ayudamos. Lunes a viernes 9 a 17:30 hs.

### COMPRÁ EN PERFIL

Ingresá al perfil del vendedor, ahí podés visualizar todos sus publicaciones, ventas y reseñas.

### VALLES DISPONIBLES

Antes de realizar una compra, verificá el estado de la prenda y las medidas. Consultá siempre con el feriante todas tus dudas.

### CAMBIOS Y REVOLUCIONES

Los cambios se realizan en las ferias presenciales, debe estar la etiqueta de la feria y en las condiciones entre guillemes.

### TIPS DE COMPRA

Si vas a llevar más de un producto te recomendamos ver todos el perfil del vendedor para abaratar costos de envíos.

INICIO  
TIENDA  
DONA  
COMUNIDAD

CONTACTO  
+54 264 580 7610  
latruca@gmail.com  
latruca@latruca.com.ar

LA TRUECA  
Comunidad de truequeros  
Todos los Derechos Reservados

SEGUINOS!  
f @ s

Ver prenda.

## PERFIL VENDEDOR

@feria\_venus  
Capital, San Juan.  
★★★★★

Top Camisa \$800

Musculina deportiva \$800

Musculina basket \$800

Zapatillas Adidas Ultra Boost \$800

Pulsera para yoga \$800

Camisa Negra \$800

## FICHATE ESTA DATA

**6** RESEÑAS    **5** PRODUCTOS    **2** VENTAS

LA TRUECA

INICIO  
TIENDA  
DONA  
COMUNIDAD

CONTACTO  
+54 264 580 7610  
latruca@gmail.com  
latruca@latruca.com.ar

LA TRUECA  
Comunidad de truequeros  
Todos los Derechos Reservados

SEGUINOS!  
f @ s

Perfil Vendedor.

Doná.



El prototipo de la página web ha sido diseñado y optimizado específicamente para su visualización en computadoras.

El prototipo de la web se creó utilizando FIGMA. La página web cuenta con dos tipos de animaciones:

**Botones:**

- Animación Wile hovering
- Smart animate / bouncy
- Sombra de color
- Gran escala.
- Rebote

**Interacción:**

- Animación Wile hovering
- Smart animate/ ease out
- Rotación sin escala.

El lenguaje de los textos son formales y los títulos más desestructurados.

### 6.3. Contextualización.

Con el objetivo de brindar una representación visual del espacio, se han creado renders que ilustran una plaza típica de la ciudad capital. Estos renders fueron realizados utilizando el programa BLENDER. A continuación, se presentan estas representaciones visuales.



En esta imagen se puede observar el evento en su totalidad.



Vista superior del evento.



Vista superior del evento .



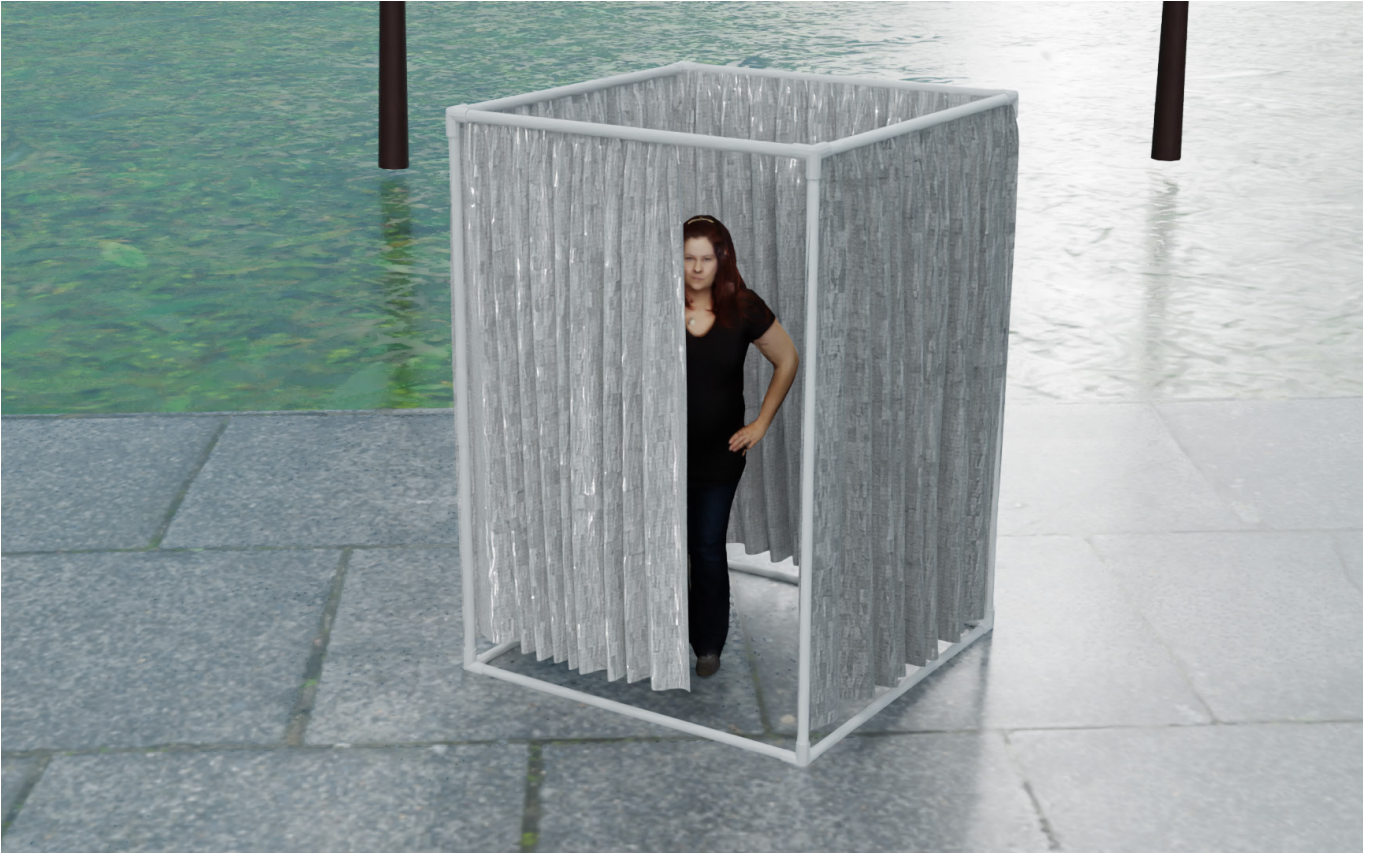
Stand feriantes.



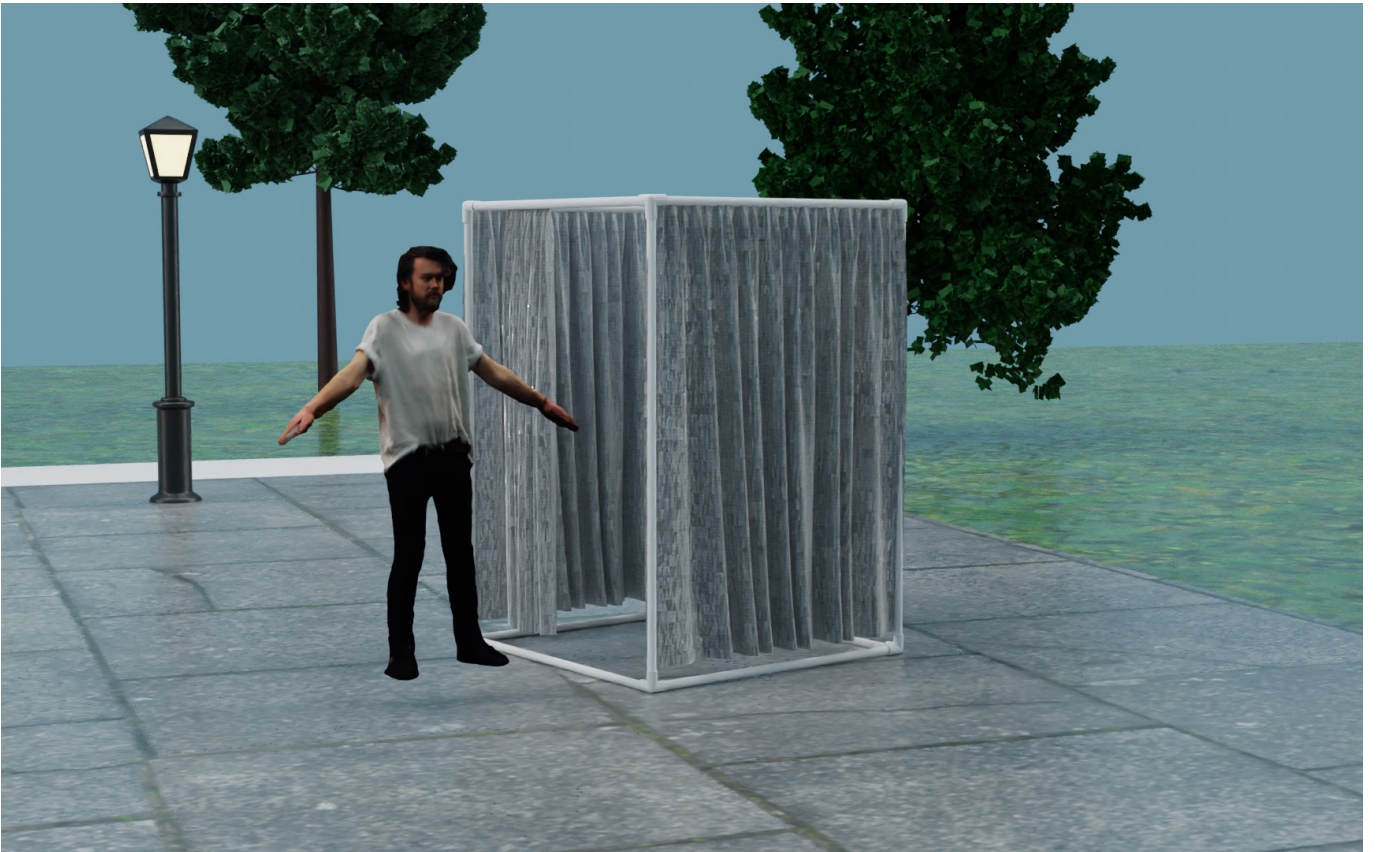
Stand feriantes.



Bandera representativa.



Probadores.



Probadores.





Stand feriantes.



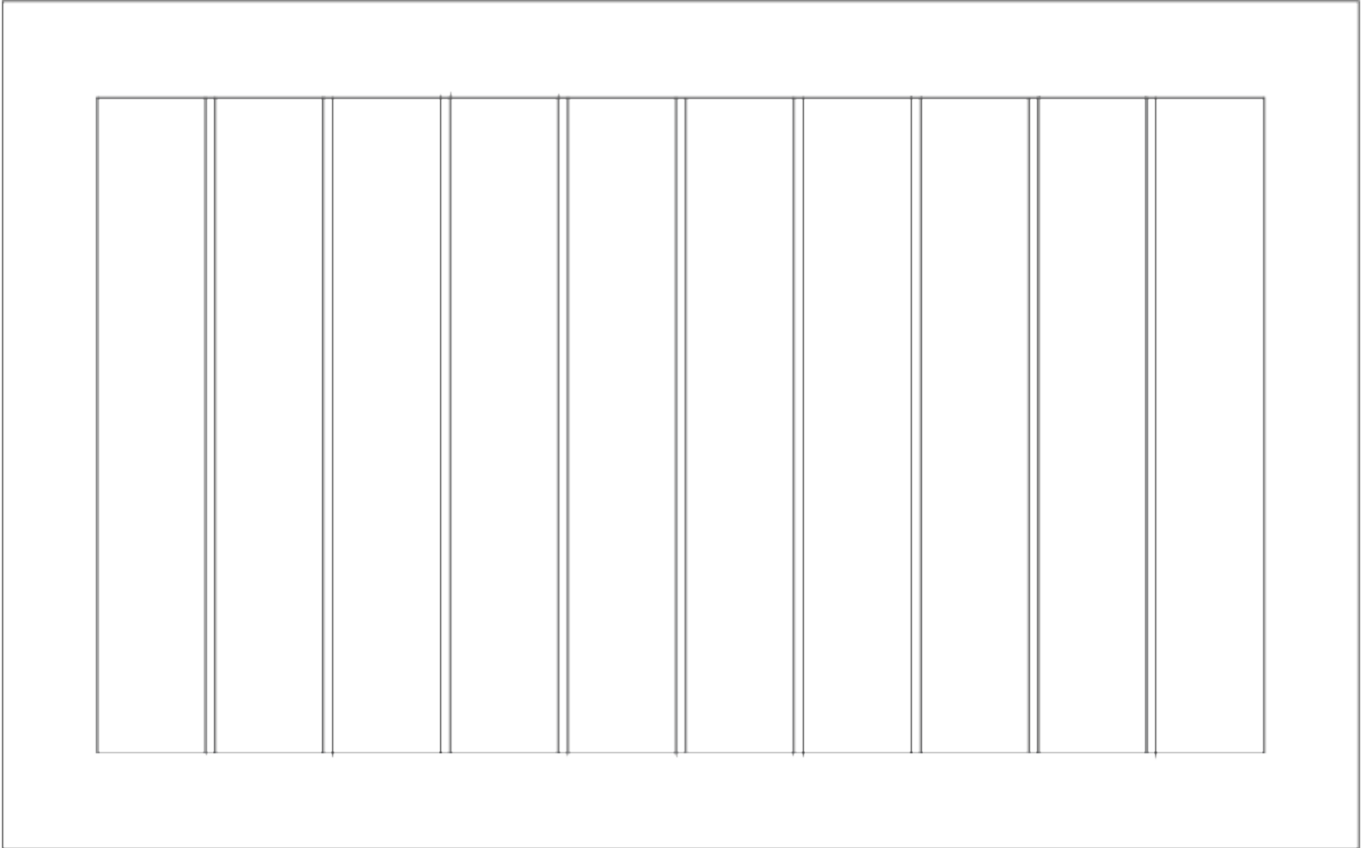
Stand feriantes.

## **7. NORMATIVAS DEL SISTEMA:**

### Normativas del sistema.

Para la creación de las gráficas impresas y digitales que forman parte del sistema, se empleó una retícula de columnas y una retícula jerárquica para organizar los elementos visuales. Esta retícula se ajusta a cada medio de presentación, manteniendo siempre sus proporciones adecuadas. A continuación se presentan algunos ejemplos ilustrativos.

### WEB - Grilla constructiva



Como se observa, los medianiles de la misma son una décima parte de los márgenes totales, Con una cantidad de 10 comunas.

Los márgenes se utilizan en las gráficas para generar un marco de seguridad para la web.

W: 1440 px

H: 900 px

Márgenes: 100 px

Medianiles: 10 px

Columnas: 10



**REIMAGINA**

**RECREA**

**RESTAURA**

Somos una comunidad eco-sustentable del área textil realizada en un espacio físico y virtual, que afecta el área **económica, social, y ambiental.**



**RE CANCHERO**  
DESTACADAS



@feria\_venus  
Capital, San Juan.



Short jean

\$500

Talle 42



@feria\_homero  
Rivadavia, San Juan.



Mochila bordada nueva

\$2500

Detalle en la foto



@feriaamericana\_sj  
Rivadavia, San Juan.



Mono negro de gamuza

\$900

Talle M

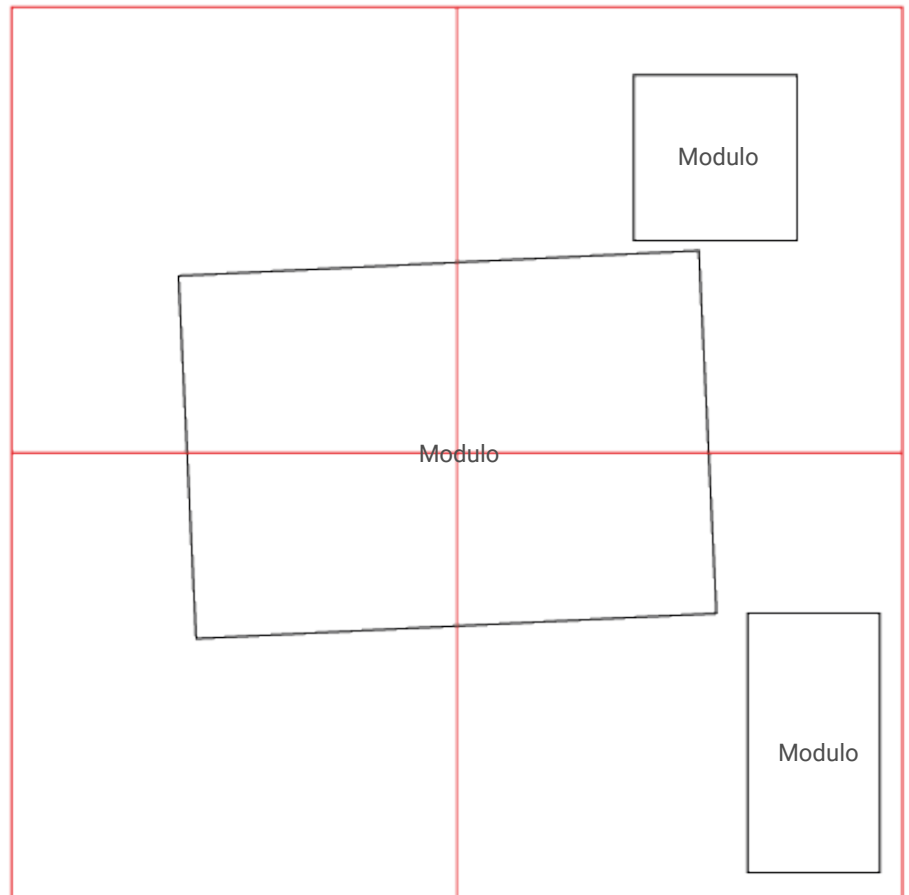


Web con grilla aplicada.

## Redes - Grilla constructiva.

### Retícula jerárquica.

En las publicaciones de redes se emplea una grilla jerárquica. El proceso comienza analizando la interacción visual que se genera entre los diferentes elementos al colocarlos de manera espontánea en distintas posiciones. A continuación, se elabora una estructura racionalizada que coordina dichos elementos (Slideshare, 2015).



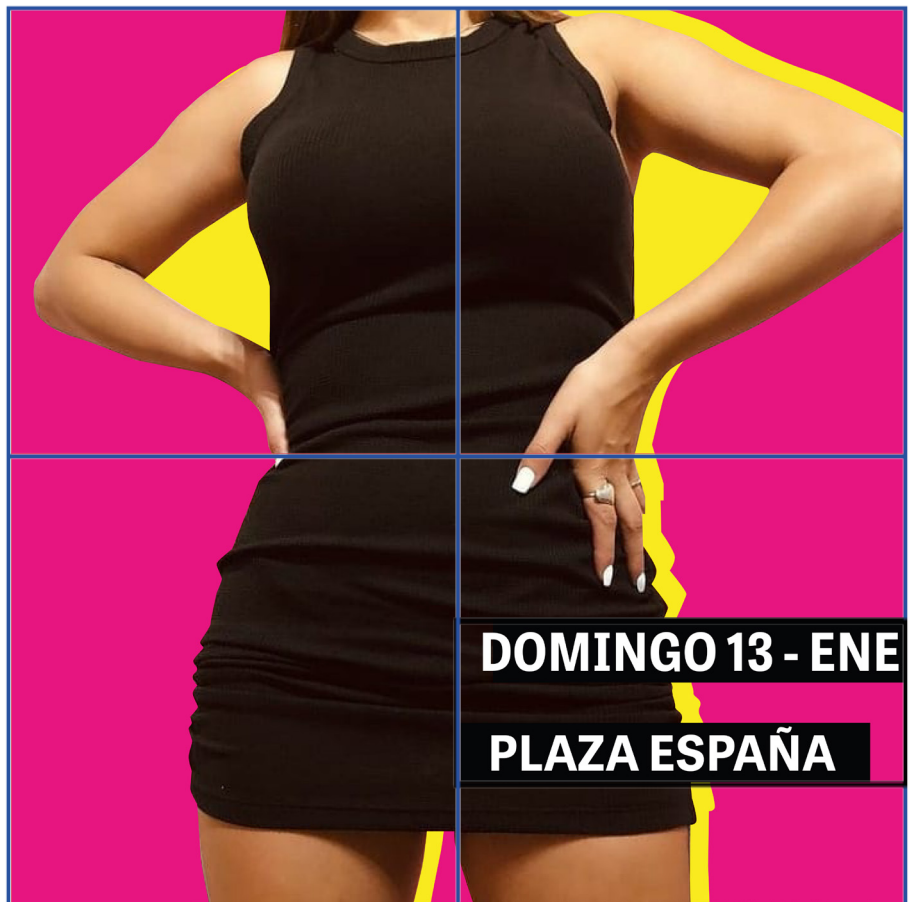
En cuanto a los textos, se opta por resaltarlos mediante su centrado y una ligera inclinación positiva de 0° a 4°. También se puede ubicar el texto en la parte inferior derecha con una jerarquía inferior, dejando que otro elemento tome protagonismo.

Se ha decidido utilizar colores contrastantes, como se muestra a continuación, con un fondo negro y letras blancas.





ENCUENTRA  
TU PRÓXIMO  
CRUSH

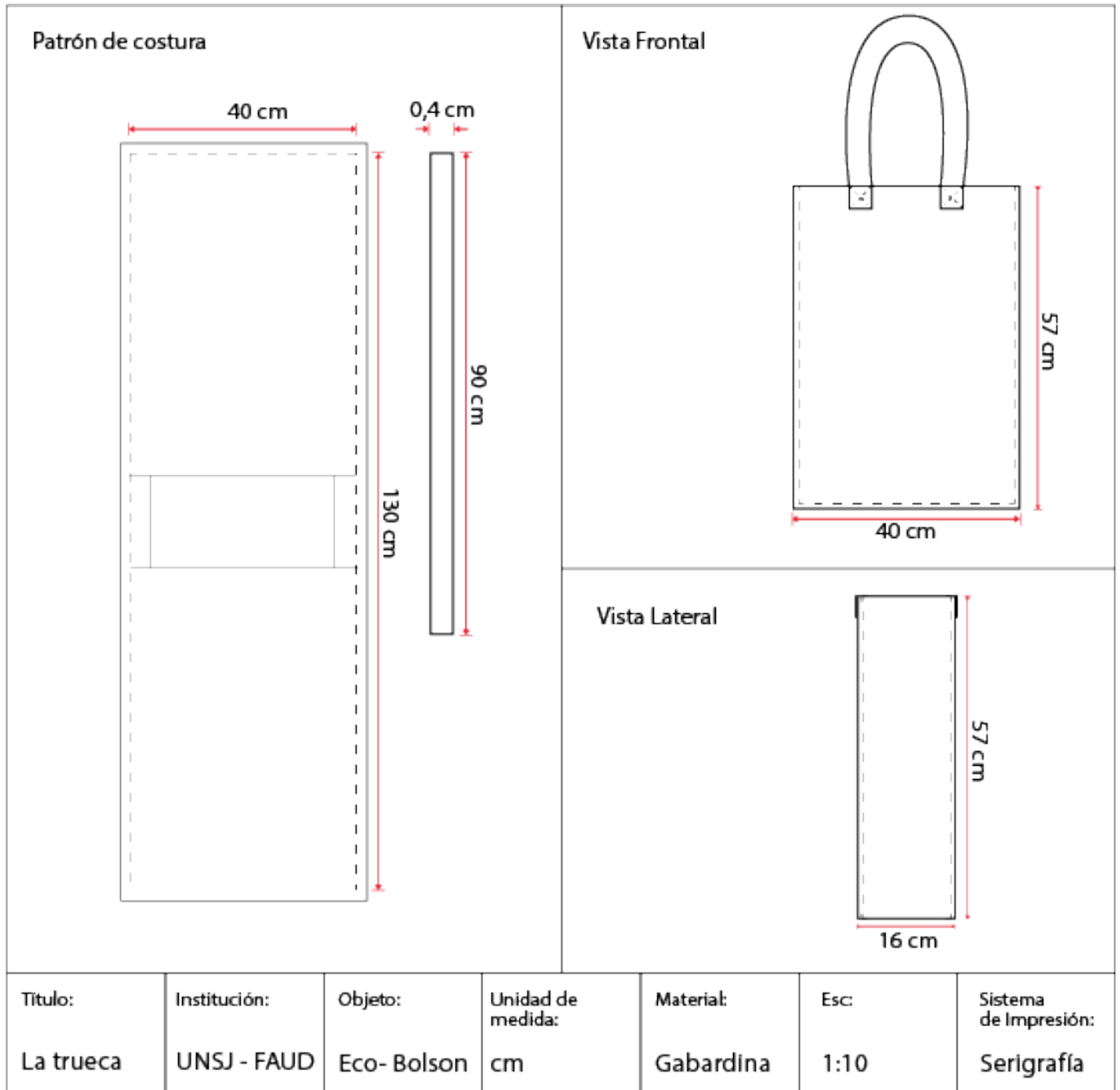


DOMINGO 13 - ENE  
PLAZA ESPAÑA

Redes con grilla aplicada.

### ECO-BOLSON - Plano técnico

Los Eco-Bolsos son confeccionados utilizando gabardina con defectos de fábrica, como manchas, lo que los hace muy económicos. Esta tela se somete a un proceso de teñido utilizando tintes en los colores de la identidad. Se utiliza un patrón de corte zero waste, lo que significa que se maximiza la utilización del tejido al realizar los cortes en un solo pliego de tela y luego procediendo a la confección del bolso.

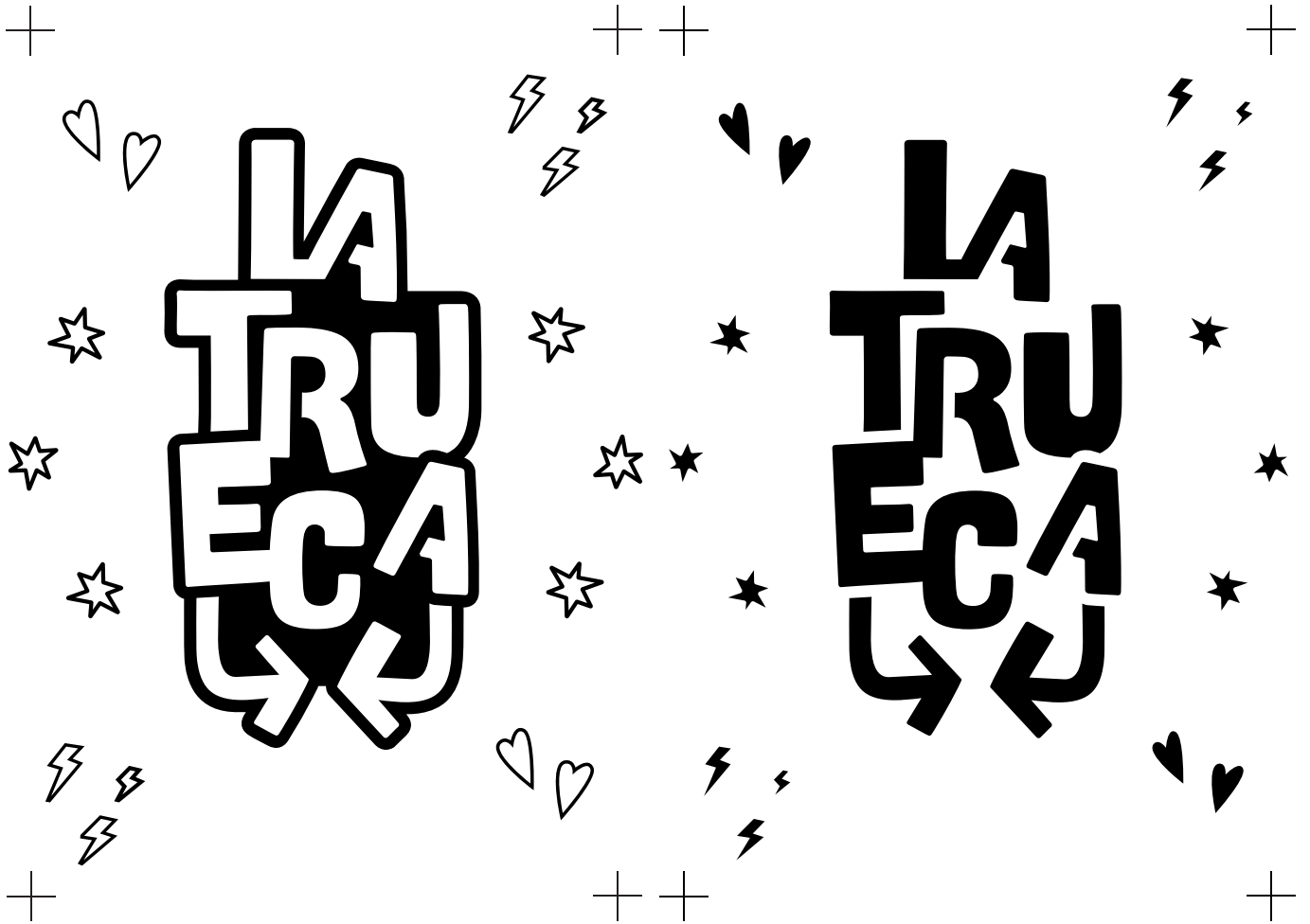






## Sistema de impresión

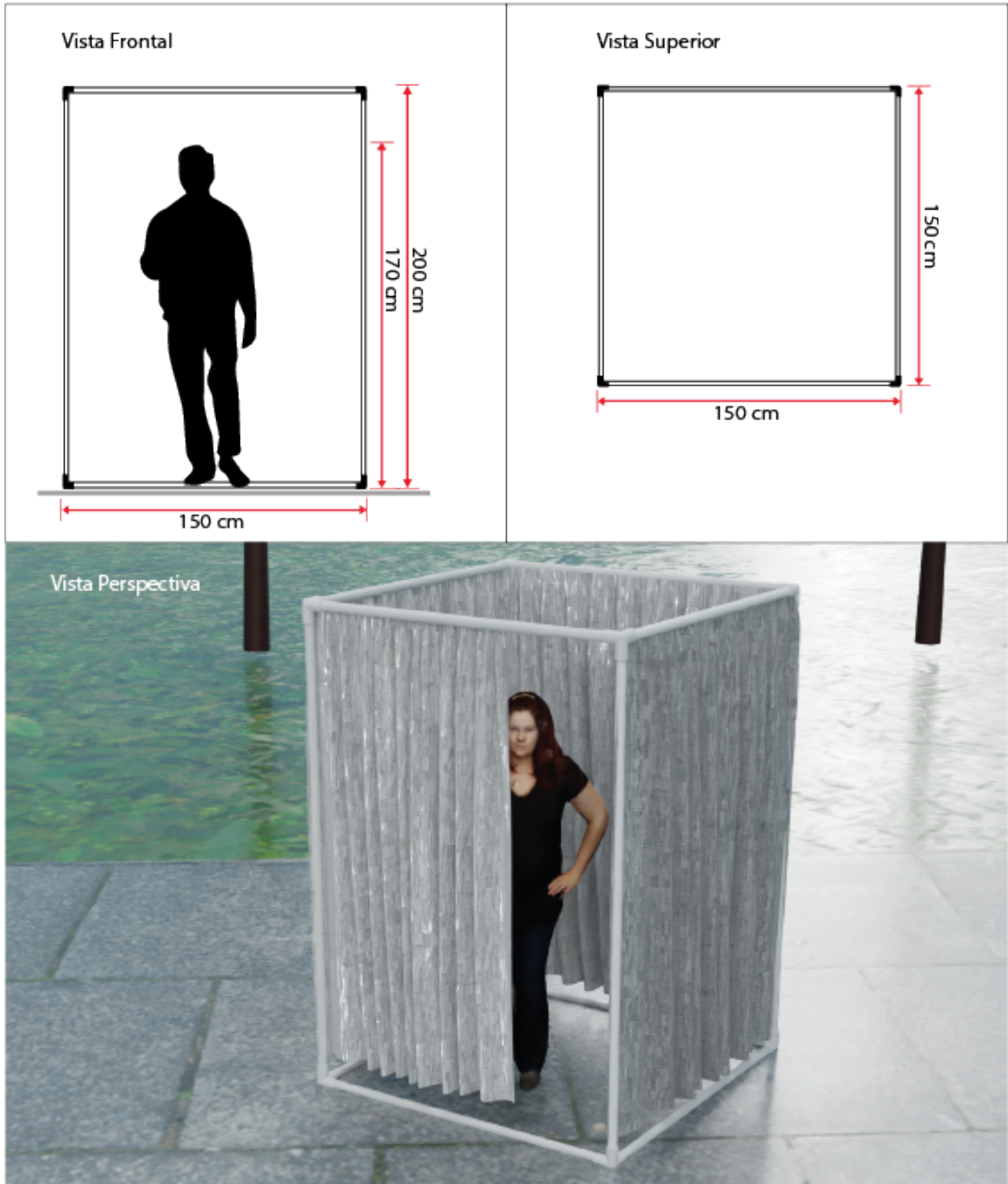
Una vez que la bolsa ha sido confeccionada, se procede a estamparla utilizando el sistema de impresión serigrafía. Se logran aplicar 2 pantallas de impresión con 3 diseños diferentes, utilizando un total de 5 colores.



## PROBADORES - Plano técnico

Los probadores están fabricados con tubos de PVC de alta densidad de 1/2 pulgada (20 mm), unidos mediante esquineros de acople de codo de PVC de encastre externo de 3 vías.

Este material resistente y ligero permite desmontar y volver a armar los probadores en cada evento. Para las cortinas se utiliza tejido de poliéster cubierto en el reverso con una lámina de PVC. Este material, conocido como cordura, ofrece una buena resistencia a los efectos de la luz natural, es liviano, fácil de limpiar, se seca rápidamente y no se deforma.



Título:	Institución:	Objeto:	Unidad de medida:	Material:	Esc:
La trueca	UNSJ - FAUD	Probador	cm	PVC	1:25

## **8. INFORME TÉCNICO**

Parte del Proyecto	Sistema de Producción	Sistema de Impresión	Material
Gafetes de identificación	Produccion Única	Impresion en plotter laser full color	Vinilo Brillante
Etiquetas	Produccion Serie	Impresion en laser full color	Papel ilustración
Estandarte	Produccion Única	Pintado a mano Pintura para telas	Gabardina Lisa algodón 100%
Eco-bolson	Produccion Única	Serigrafía 5 colores Teñido a mano Pintura al agua	Gabardina Lisa algodón 100%
Historias en etiquetas	Produccion Única	Impresion en laser full color	Papel ilustración
Probadores	Produccion Única	Impresion en laser full color	Papel ilustración

## **9. CONCLUSIÓN**

## **Conclusión.**

Somos parte de la última generación con la capacidad de abordar el cambio climático y, por lo tanto, considero fundamental y un deber personal como joven comprometida con la preservación de nuestro mundo, llevar a cabo acciones sostenibles para nuestro planeta.

Este proyecto no se limita únicamente a la creación de piezas gráficas, sino que cada una de ellas tiene la intención de generar un cambio de perspectiva y crear conciencia dentro de la comunidad en áreas que abarcan lo ambiental, lo social y lo económico.

Cada punto mencionado anteriormente tiene como objetivo principal concienciar y movilizar a la comunidad, marcando el inicio de un trabajo interdisciplinario que fomenta el desarrollo sostenible y equitativo.

Además, promovemos la autogestión y el sentido de pertenencia, lo que nos permite contribuir en comunidad a la educación ambiental y social en nuestra provincia.

## **10. AGRADECIMIENTOS**

Para finalizar quiero agradecer en primer lugar a mi hija, quien ha sido mi mayor inspiración y motor para lograr esta meta. Tu presencia en mi vida ha sido una fuente constante de alegría y motivación. Aunque sos demasiado pequeña para comprender el significado de este logro, quiero que sepas que cada paso que he dado en este largo camino ha sido pensando en un futuro mejor para vos. Eres mi razón para seguir adelante y siempre estaré agradecida por la felicidad que traes a mi vida.

A mis padres, quienes a pesar de todo, han apoyado mis decisiones y han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académico.

A mi pareja que con comprensión, paciencia y entrega estuvo a mi lado en los momentos de duda y de cansancio, siempre animandome a seguir adelante, siendo un apoyo emocional fundamental para alcanzar este objetivo.

A mis tutoras de cátedra Silvina, Natalia y Yanina, les agradezco muy profundamente su dedicación y paciencia, gracias por su guía y consejos.

A mis compañeros de biblioteca, quienes han sido una fuente invaluable de conocimiento y apoyo en los días largos y agotadores de investigación, ustedes han sido una fuente de aprendizaje en la que siempre he podido confiar.

A mis amigos que estuvieron siempre presentes en todo este camino, cada uno a su manera y sacando una sonrisa.

A todos ustedes, mi más profundo agradecimiento. Su apoyo ha sido fundamental en esta travesía y siempre será parte de mi historia.

Este logro es también suyo.



# 11. BIBLIOGRAFÍA

## 9. BIBLIOGRAFÍA:

- Buenos Aires Ciudad. (s.f.). *Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat*. Consultado el 13 de abril de 2023. <https://buenosaires.gob.ar/ministerio-de-desarrollo-humano-y-habitat>
- Calvo, S. (2021, febrero). ¿Qué es la sostenibilidad en la moda? [episodio de Podcast]. En *El Nuevo Vestir*. <https://open.spotify.com/episode/2Txb6oa7IKsMA12Dj0yEz>
- Calvo, S. (2021, febrero). *Especial: Las mujeres que hacen nuestra ropa* [episodio de Podcast]. En *El Nuevo Vestir*.  
<https://open.spotify.com/episode/0LEly5miB31fQ68F81AiYu>
- Castillo Pazos, K. A. (2015, 18 de enero) *Composición con retícula* [presentación de diapositivas]. Slideshare.  
<https://es.slideshare.net/KenyAlejandroCastill/composicin-con-reticulas>
- Comenzó el Mercado de Industrias Culturales Argentinas en el Centro Cultural Kirchner. (2022, 20 de mayo). En *Portal oficial del Estado argentino*.  
<https://www.argentina.gob.ar/noticias/comenzo-el-mercado-de-industrias-culturales-argentinas-en-el-centro-cultural-kirchner>
- Cuando las paredes hablan, graffitis en San Juan, una expresión que no se detiene. (2018, 8 de enero). En *Diario La Provincia*.  
<https://www.diariolaprovinciasj.com/sociedad/2018/1/8/cuando-paredes-hablan-graffitis-san-juan-expresin-detiene-74590.html>
- Dadaísmo y Arte Pop. (2020, 9 de enero) En *TV Pública*.  
<https://www.tvpublica.com.ar/post/dadaismo-y-arte-pop>
- Departamento Capital - San Juan (2023, 3 de febrero). En *Wikipedia*. Consultado el 12 de abril de 2023. [https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento\\_Capital\\_\(San\\_Juan\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento_Capital_(San_Juan))
- Día Internacional de la Mujer Trabajadora: más de un siglo de lucha por la igualdad. (2022, 8 de marzo). En *Portal oficial del Estado argentino*.  
<https://www.argentina.gob.ar/noticias/dia-internacional-de-la-mujer-trabajadora-mas-de-un-siglo-de-lucha-por-la-igualdad>
- Economía circular y las 3R —reducir, reciclar y reutilizar. (2019, 8 de mayo). En *ACIS Energía*. <https://acisenergia.com/blog/economia-circular/>

Gándara, L. (2002). Un enfoque semiótico del graffiti. En *Enciclopedia Semiológica*. Editorial Universitaria de Buenos Aires.

Ghigliazza, G. A. y Isi, J. (2021, 8 de marzo.) Una herramienta para la reinserción social con dignidad. En *Bancos de Tiempo*. <https://web.denormas.com/bancos-de-tiempo/>

Gobierno de San Juan. (s.f.). Historia y geografía. En *Turismo San Juan*. Consultado el 12 de abril de 2023. <https://www.sanjuan.tur.ar/sobre-san-juan/item/4-historia-y-geografia>

Grazzi, M. y Benavente, J. M. (2018). *Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe*. UNESCO

Itinerante. (s.f.). En *Significados.com*. Consultado el 25 de abril de 2023.

<https://www.significados.com/itinerante/>

Jóvenes por la agenda sostenible. (s.f.). *Página principal*. Consultado el 13 de abril de 2023.

<https://asociacionjas.wordpress.com/>

Ministerio de Cultura. (s.f.) En *Portal oficial del Estado argentino*.

<https://www.argentina.gob.ar/cultura>

Ministerio Desarrollo Humano y Promoción Social. (2021, 1 de Junio). Emprendedores Sociales cuentan con una línea WhatsApp para consultas y asesoramiento. En *SI San Juan*.

<https://sisanjuan.gob.ar/desarrollo-humano-y-promocion-social/2021-06-01/32343-emprendedores-sociales-cuentan-con-una-linea-whatsapp-para-consultas-y-asesoramiento>

Ministerio de Turismo y Cultura. (2022, 28 de abril.) Gran participación en las actividades de "Nodos MICA San Juan. En *SI San Juan*.

<https://sisanjuan.gob.ar/turismo-y-cultura/2022-04-29/40552-gran-participacion-en-las-actividades-de-nodos-mica-san-juan>

Moda "Upcycling", el fenómeno que atrapa a marcas de lujo y emprendedores. (2021, 20 de noviembre). En *Ámbito*.

<https://www.ambito.com/lifestyle/moda/upcycling-el-fenomeno-que-atrapa-marcas-lujo-y-emprendedores-n5320558>

- Museo de botones Destro. (2020). *Exposición permanente, temporal, itinerante*.  
<https://www.museobotonespanama.com/esp%C3%B1ol/conceptos/exposicion-permanente-temporal-e-itinerante/>
- Nangullasmú, A. (2021, 10 de julio). Dale nueva vida a tus prendas: aprende a Thriftear. *En Noro*. <https://noro.mx/dales-nueva-vida-a-tus-prendas-aprende-a-thriftear>
- Organización de las Naciones Unidas. (2015, 25 de septiembre) La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. *En Objetivos de Desarrollo Sostenible*.  
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Organización de las Naciones Unidas. (2019, 12 de abril). El costo ambiental de estar a la moda. *En Noticias ONU*. <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>
- Ovalle, P. (2020, 20 de mayo). Coser es terapia [publicación en redes sociales]. Facebook.  
<https://www.facebook.com/manosalaaguja/>
- Patchwork (2023, 24 de febrero). *En Wikipedia*. Consultado el 21 de abril de 2023.  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Patchwork>
- Patchwork y costura. (s.f.). *En Crealotu*. <https://www.crealotuhuesca.com/patchwork>
- Pérez Porto, J. y Merino, M. (2014, 26 de junio). Rueda. *En Definicion.de*.  
<https://definicion.de/rueda/>
- Plan Estratégico Capital San Juan. (s.f.). *En Capital San Juan*.  
<https://municipiosanjuan.gob.ar/pecsj>
- Pop Art: qué es, artistas y características. (2021, 5 de febrero). *En IFMA Madrid*.  
<https://www.ifema.es/noticias/arte/pop-art-que-es-artistas-caracteristicas>
- Rodríguez, D. (2019, 16 de mayo). Identidad cultural: características, elementos, formación, pérdida. *En lifeder*. <https://www.lifeder.com/identidad-cultural/>
- San Juan Cultural. (s.f.). *Ferías*. Consultado el 13 de abril de 2023.  
<https://sanjuancultural.com/secci%C3%B3n/ferias/>
- San Juan Cultural. (s.f.) *Brotando feria sustentable*. Consultado el 28 de abril de 2023.  
<https://sanjuancultural.com/tema/brotando-feria-sustentable/>

Tablet Gothic. (s.f.). En *Adobe Fonts*.

<https://fonts.adobe.com/fonts/tablet-gothic#fonts-section>

Tipografía recomendada: tablet gothic. (2014, 22 mayo). En *Escuela Superior de Diseño*.

<https://www.esivalladolid.com/blog/tipografia-recomendada-tablet-gothic/>

Vega, I. (2020, 1 de octubre). La estabilidad en los ecosistemas depende de la sincronía entre las especies dominantes. *Universidad Rey Juan Carlos*.

<https://www.urjc.es/todas-las-noticias-de-actualidad-cientifica/5584-la-estabilidad-en-los-ecosistemas-depende-de-la-sincronia-entre-las-especies-dominantes>

Viña, M. V. (2021, 3 de junio). Todo lo que tienes que saber de la moda zero waste. En *ACUS*.

<https://www.acuscomplementos.com/blog/todo-lo-que-tienes-que-saber-de-la-moda-zero-waste/>

**ANEXO**

# MANUAL DE MARCA

Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca LA TRUECA en todas sus posibles expresiones. Ha sido ideado y pensado en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

El correcto y consistente uso de la marca LA TRUECA contribuirá que se consigan los objetivos de identificación y refuerzo de la misma.

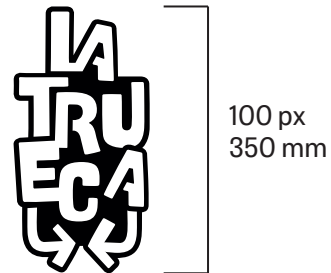


## 1. Logotipo



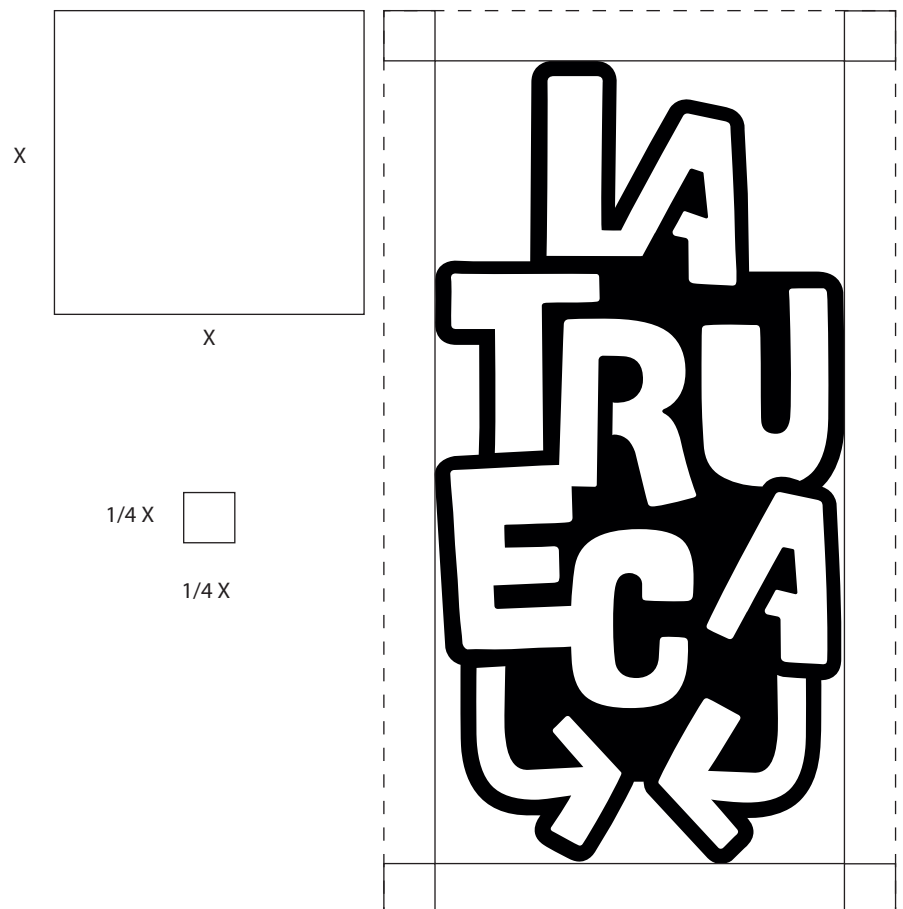
## 2. Reductibilidad

El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es de 100px de ancho.



## 3. Área de seguridad

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente a símbolo del propio logotipo.



### 3. Paleta de colores

**#E6007E**

**RGB: R:230 G:0 B:126**

**CMYK: C: 0% M: 100% Y: 0% K: 0%**

### 3. Paleta de colores

**#FFED00**

**RGB: R:255 G:237 B:0**

**CMYK: C: 0% M: 0% Y: 100% K: 0%**

### 3. Paleta de colores

**#009FE3**

**RGB: R:0 G:159 B:227**

**CMYK: C: 100% M: 0% Y: 0% K: 0%**

**TABLET GOTHIC REGULAR**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!

**TABLET GOTHIC BOLD**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!

**TABLET GOTHIC HEAVY**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!

## **5. Normas para el buen uso de la marca**

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca, se tiene que seguir una serie de normas genéricas.

El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación. Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación.

Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios.

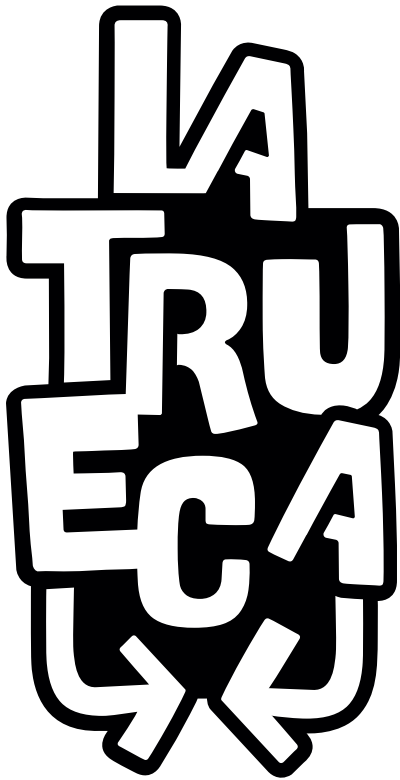
Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmite perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen.

### 5.1. Versiones correctas

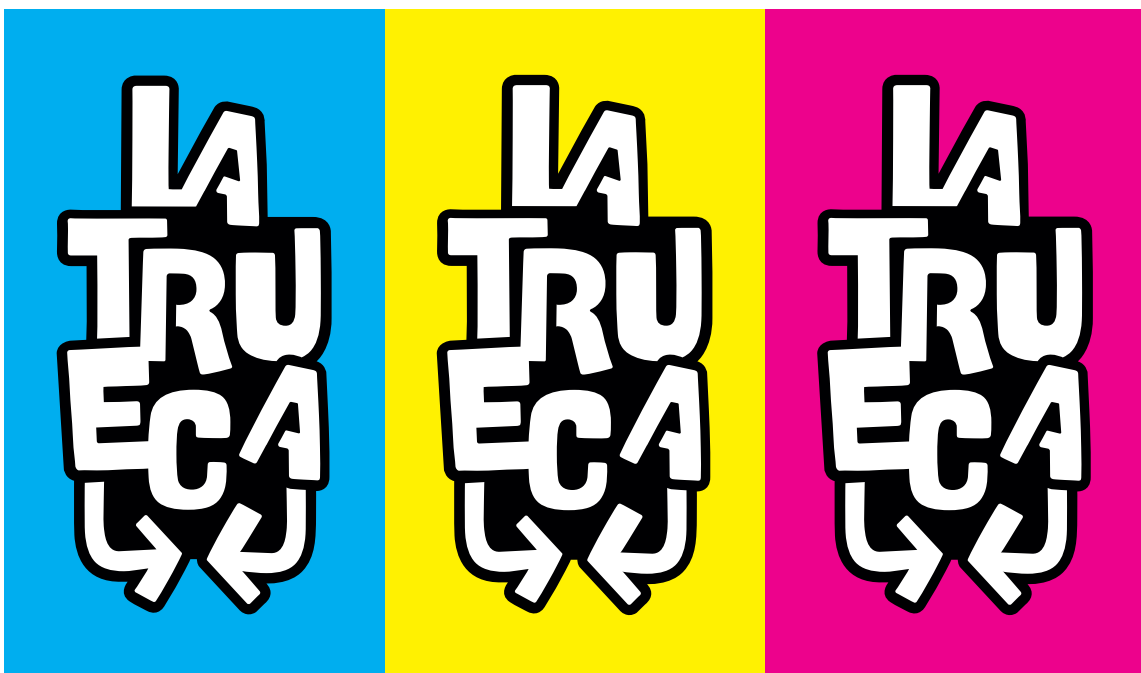
Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En caso de que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en negativo.

Versión principal

Versión negativa



Versión principal fondo color

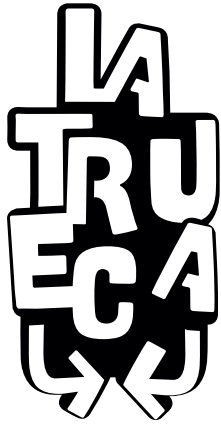




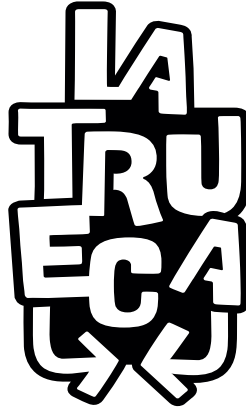
## 5.2. Aplicaciones incorrectas

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones de esos tamaños y proporciones.

Espaciado incorrecto



Deformación



Ocultación



Separación del logo



Aplicación incorrecta de color



Porcentajes de color



LA  
TRU  
ECA  
CRA

