



Objetivo

Diseñar objetos que le den valor a los productos artesanales de Corazón Nomndaá, el cuál es un grupo de mujeres artesanas que actualmente viven en la Sierra de Guerrero.

Introducción

Nuestro reto de diseño fue mejorar las ventas de esta comunidad y ayudar, a partir del diseño, a que sus productos sean valorados económicamente. También se pretendió dar a conocer sus procesos de trabajo, su lengua y un poco sobre su historia.

Metodología

Este trabajo se realizó en varios pasos:

- 1. Investigación - Escuchar:** En la materia de "Seminario de Investigación I" se realizó la investigación y el diagnóstico sobre la comunidad Amuzga "Corazón Nomndaá". Esta investigación sirvió como base para la materia proyectual - Proyectos III. Igual realizamos más visitas y entrevistas.
- 2. Creación:** Aquí se realizaron bocetajes y maquetao con propuestas que les dieran valor a los productos de la comunidad, aplicando metodologías de diseño de experiencias y arquitectura de las decisiones. Posterior a esto se hizo una selección y definición de los diseños.
- 3. Entregables:** Se desarrolló una propuesta final para el grupo de artesanas en maqueta, renders y planos. Integrando soluciones de mobiliario y empaque principalmente.

Se usaron varios recursos a lo largo de este proyecto, como: Human centered design, Diseño de experiencia social, Storytelling y Arquitectura de las decisiones.

Resultados

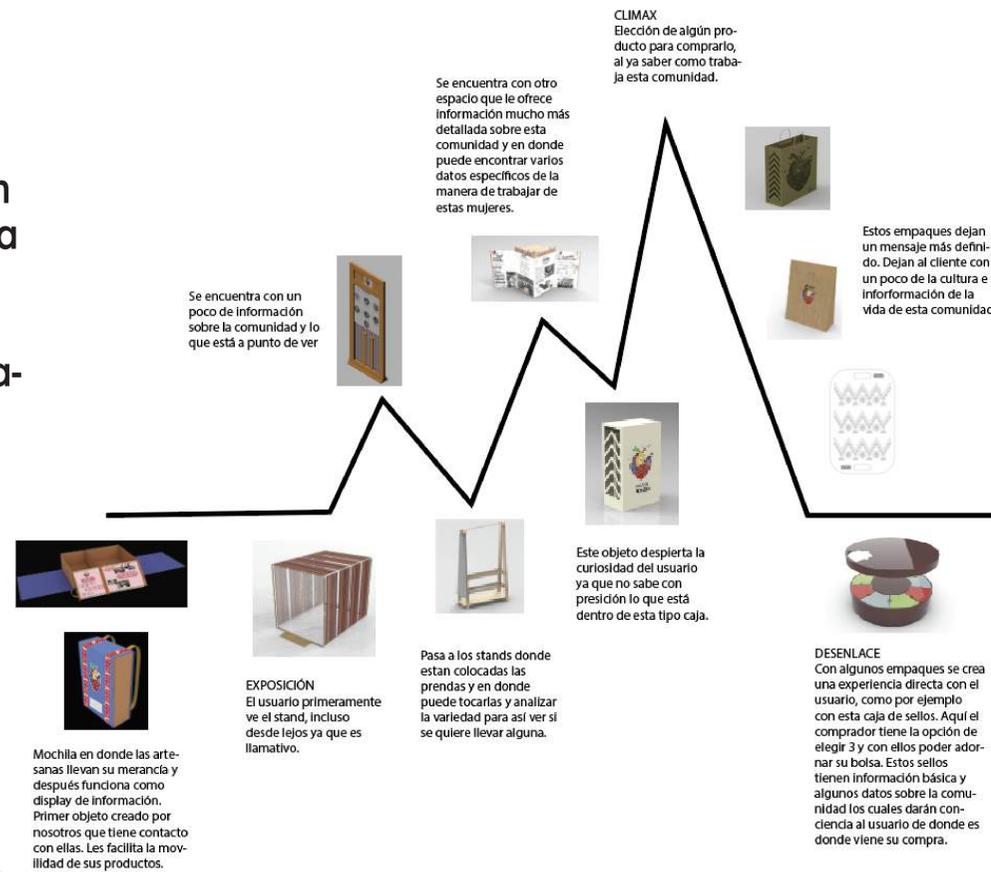
Se trabajó en un grupo interdisciplinario para generar diferentes resultados.

Nosotros como diseñadoras Industriales, creamos un empaque para así transmitir a la comunidad como tal, tanto sus costumbres y tradiciones como el empoderamiento que tiene la mujer dentro de esta. También enaltecer su trabajo y no devaluarlo. Por medio de este empaque, quisimos que el cliente lograra apreciar el trabajo y se de cuenta de la dificultad que lleva su realización. Con este proyecto quisimos crear una experiencia entre cliente- artesano por medio de la dinámica de los sellos y la opción de colocar estos sobre tu empaque. Estos sellos llevan íconos ayudan a expresar algunos datos sobre los productos y la comunidad.

Conclusiones

El expresar información de esta manera, incita al usuario a realmente leer estos y concientizarse sobre el producto que están comprando y saber de donde viene. Esta interacción personal con su empaque hace que se gane su atención y se despierte su curiosidad.

En lo personal siento que este proyecto si se llegara a poner en práctica sería de mucha ayuda para esta comunidad para darse a conocer y que sus compradores no den por hecho el trabajo tan complejo que hacen.



Referencias

- Lupton, Thynge, E. B. (2019). El diseño como Storytelling. (3a ed.). Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- IDEO.org. (2015). The Field Guide to Human-Centered Design. Canadá.
- John. Pete, M. W. (2004). Technology as Experience. London, England: Massachusetts Institute of Technology.
- Luzardo, De Jesús, Pérez, A., D., M. (2017). Economía naranja. CDMX, México: Banco Interamericano de Desarrollo.