

Estudios de diseño

2.13

Curso Comunicación Corporativa 2

Creación de la marca Ceterni para las artesanas de Chotuna Chornancap, Lambayeque

El Complejo Arqueológico de Chotuna-Chornancap se ubica en el departamento de Lambayeque. El sitio está compuesto por pequeños “palacios” conformados por espacios rituales, administrativos y depósitos decorados con una iconografía compleja del periodo Lambayeque. Las investigaciones han colocado al sitio entre uno de los más importantes complejos arqueológicos de este periodo, destacándolo por su monumentalidad y su asociación con una de las leyendas más importantes de la zona, la leyenda de “Naylamp”.

En este contexto se realizó una alianza con el director del Museo Brüning, el arqueólogo Carlos Wester, con quien se concretó como objetivo crear una marca para las tejedoras tradicionales que viven adyacentes al sitio y que utilizan recursos nativos como el algodón y las arcillas locales, para realizar productos con la técnica del telar de cintura. La línea de acción del presente proyecto se llevó a cabo integrando la investigación-acción con la creación y el diseño a través de la responsabilidad social universitaria.

El desarrollo de la imagen de la marca Ceterni se realizó con los alumnos del curso de **Comunicación Corporativa 2**, asesorados por los profesores Carmen García, Martín Rázuri y Diana Solórzano. El trabajo se enfocó en transmitir visualmente la iconografía y rasgos del lugar, así como en resaltar la participación de las artesanas de tal manera que se conociera su dedicación y esfuerzo en el trabajo y se revalorara su técnica.

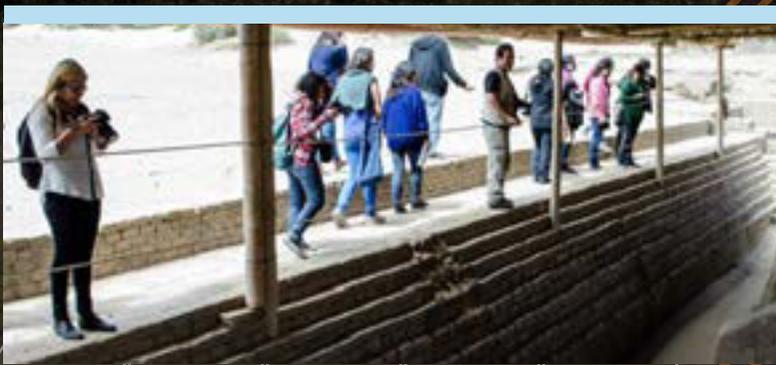
Como parte de la investigación, se visitó el Museo de Sitio de Chotuna-Chornancap y el Museo Brüning, y se realizaron entrevistas a las artesanas, al director del museo, entre otros. Posteriormente, como parte del proceso creativo se desarrollaron bocetos, propuestas de color y tipografías, fotografías, etc. A partir de lo cual se diseñaron los logotipos y los lineamientos de la marca que fueron aplicados en diferentes piezas: catálogo de productos, tarjetas de presentación, envases, bolsas, hang tag y otros. El resultado de este proceso se formalizó en un manual de marca. La ganadora del proyecto fue la alumna Cecilia Álvarez Calderón.



01



02



03



04 ANA PAULA ALBÍN



05



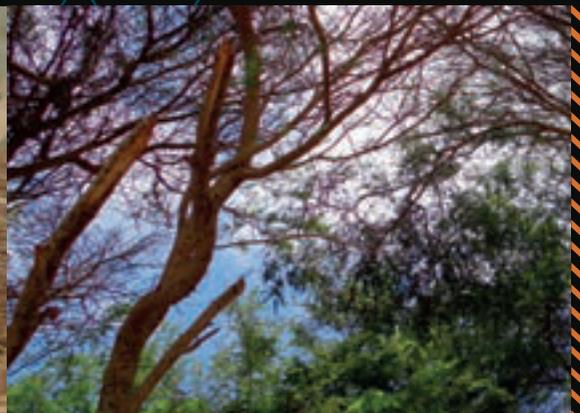
06



07 CECILIA ÁLVAREZ-CALDERÓN



08



09