

Abstract: This article is based on the experience report of project development in Social Design as a tool for cultural promotion with a focus on the city of Bauru, in the interior of the State of São Paulo. Through dialogues between Branding, Social Design, Editorial Design, Fashion and Art, with the work “Morte e Vida Severina”, a poem by João Cabral de Melo Neto interpreted through a contemporary ballet performance. The choreography “Morte e Vida Severina” reinterprets the aspects presented by the remarkable poem, such as the persistence and renewal of life during the performance, using bodies as an element for the narrative of this story.

Key words: Contemporary Design - Social Design - Fashion - Art - Ballet.

Resumen: Este artículo se basa en el relato de experiencia de desarrollo de proyectos en Diseño Social como herramienta de promoción cultural con foco en la ciudad de Bauru, en el interior del Estado de São Paulo. A través de diálogos entre Branding, Diseño Social, Diseño Editorial, Moda y Arte, con la obra “Morte e Vida Severina”, un poema de João Cabral de Melo Neto interpretado a través de un espectáculo de ballet contemporáneo. La coreografía “Morte e Vida Severina” reinterpreta los aspectos presentados por el notable poema, como la persistencia y renovación de la vida durante la representación, utilizando los cuerpos como elemento para la narración de esta historia.

Palabras clave: Diseño Contemporáneo - Diseño Social - Moda - Arte - Ballet.

(*) Lucas Furio Melara: es investigador de la Maestría en Diseño del Programa de Posgrado de la FAAC/UNESP Bauru, en la línea de Planificación de Producto. Forma parte del Grupo de Investigación en Diseño Contemporáneo: Sistemas, Objetos, Cultura, trabaja en el Laboratorio de Enseñanza, Investigación y Extensión en Diseño Contemporáneo y es miembro del Colectivo D, coordinado por la Prof. Dra. Mônica Moura. Lucas investiga la relación entre el Diseño, los 17 ODS - Objetivos de Desarrollo Sostenible y el impacto social efectivo y perenne en la economía creativa, donde también lo hace como diseñador jefe en LM&Companhia, una agencia de diseño para la sostenibilidad.lucasmelara.com contato@lucasmelara.com. **Ana Beatriz Pereira de Andrade:** Doctora en Psicología Social, Máster en Comunicación y Cultura, Licenciada en Comunicación Visual. Maestra en el Departamento de Diseño de la Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design de la Universidade Estadual Paulista – FAAC/UNESP (Brasil). Miembro del Grupo de Investigación en Diseño Contemporáneo (CNPq / UNESP). Embajadora del Diseño Latinoamericano (UP). Miembro de comités editoriales y congresos en el ámbito del diseño. Miembro del Comité de Posgrado, del Comité Científico del Congreso de Enseñanza en Diseño y del Comité de Honor Latinoamericano de Diseño (UP). Investigadora en Diseño Social y Comunitario, Fotografía, Tipografía, Moda, Metodología de Proyecto, Género y Diseño Gráfico.

Prácticas preprofesionales en diseño industrial: un nuevo concepto.

Estefanía Fondevila Sancet, Patricio Barry, Diego Velazco, Nicolás Lamberti y Johana Peri (*)

Actas de Diseño (2022, octubre),
Vol. 41, pp. 208-212. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2021
Fecha de aceptación: febrero 2022
Versión final: octubre 2022

Resumen: Reconstrucción de la estructura de la asignatura Prácticas Pre-profesionales con una visión más centrada en el estudiante y su experiencia y en su formación teniendo en cuenta el cambio de paradigma en el Diseño Industrial en Argentina.

Palabras clave: Prácticas Preprofesionales – Les – Artículo 43 – Juego de Rol – Estrategias Pedagógicas – Modelo de Negocio – Diseño Industrial.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p.212]

Estrategias para la formación de diseñadores y diseñadoras industriales con incumbencias actualizadas para el desarrollo de la disciplina en los albores de las nuevas dinámicas laborales.

Introducción:

Las Prácticas Preprofesionales (PPP) se definen como las actividades que forman parte de la currícula de cada

carrera y que se realizan en el ámbito de empresas u organismos públicos o privados, bajo la supervisión y control de las unidades académicas pertinentes, en condiciones que se determinan en compromisos bilaterales estipulados entre la Universidad y cada una de las instituciones donde se realizan dichas prácticas.

En función de esta definición y sus amplias posibilidades de interpretación e implementación, se vuelve imperante reflexionar sobre su aplicación en la disciplina.

Por otro lado, y como es sabido, las prácticas preprofesionales de las carreras que están por fuera del artículo 43 de la Ley de Educación Superior, no se encuentran regidas bajo ninguna ley, como sí lo están las pasantías universitarias, razón por la cual, las instituciones educativas siempre tuvieron la libertad de abordar la aplicación de estas prácticas bajo las condiciones que consideren más apropiadas y en el caso de la UNLa, esto se desarrollaba en analogía con las pautas establecidas por la ley nacional de pasantías.

Claramente se imponía la necesidad de reconstruir la estructura de prácticas pre-profesionales establecida en los planes de estudios vigentes hasta el año 2014 y pensarlas como una instancia de aprendizaje y práctica profesional, centrada en la vinculación académico-profesional y en la transferencia bilateral de conocimiento. Era necesario repensar con una visión más centrada en el estudiante y su experiencia, y menos atravesada y limitada por todos los aspectos legales y administrativos que la circundaban. Por este motivo, en el año 2015, la carrera decide incorporar a la currícula, la asignatura Taller de Prácticas Preprofesionales, la cual aportaría orden, contención y versatilidad en relación al potencial de experiencias prácticas que ésta pudiese brindar, donde los estudiantes se verían beneficiados por la incorporación de todos los recursos de articulación con las empresas disponibles hasta el momento y de la posibilidad de fortalecer los procesos de seguimiento durante los periodos de ejecución de las PPP.

En función de este nuevo paradigma de prácticas preprofesionales, se desarrollaron relevamientos estadísticos sobre las principales actividades realizadas por los graduados de la carrera, tanto en las instancias de tecnicatura como en las de licenciatura, entre los años 2015 y 2019, y los principales resultados indicaban que más del 50%, se desempeñaba como diseñador freelance o habían creado su propio estudio u oficina técnica de diseño. Pero este dato era más importante de lo que parecía, porque se contradecía con el espíritu de la definición de las PPP, ya que el quehacer profesional (de al menos la mitad) de los diseñadores que se encontraban en formación, podría llegar a desenvolverse dentro de un ámbito creado por sí mismos, de manera solitaria y con escasa vinculación con equipos de trabajo multidisciplinarios. Por este motivo, se volvió de gran importancia el poder reflexionar sobre la revisión y reformulación de algunas de las estrategias utilizadas, promoviendo la generación de nuevas propuestas superadoras, de frente a esta realidad.

Todo esto derivó en una investigación académica, centrada en el estudio comparativo entre las prácticas preprofesionales de diferentes instituciones nacionales e internacionales, las cuales se erigían como una suerte de fronteras entre estas y las incumbencias de las actividades profesionales del diseñador Industrial. Es así, como se planteó una revisión crítica de los Artículos 42 y 43 de la Ley Nacional de Educación Superior (LES) 24.521, con la finalidad de encuadrar los alcances de las mismas. ¿Qué dice el art. 43 de la ley de educación superior?

Artículo 43. Cuando se trate de títulos correspondientes a profesiones reguladas por el Estado, cuyo ejercicio pudiera comprometer el interés público poniendo en riesgo de modo directo la salud, la seguridad, los derechos, los bienes o la formación de los habitantes, se requerirá que se respeten, además de la carga horaria a la que hace referencia el artículo anterior, los siguientes requisitos: a) Los planes de estudio deberán tener en cuenta los contenidos curriculares básicos y los criterios sobre intensidad de la formación práctica que establezca el Ministerio de Cultura y Educación, en acuerdo con el Consejo de Universidades CU ; b) Las carreras respectivas deberán ser acreditadas periódicamente por la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria CONEAU o por entidades privadas constituidas con ese fin debidamente reconocidas. El Ministerio de Cultura y Educación determinará con criterio restrictivo, en acuerdo con el Consejo de Universidades CU, la nómina de tales títulos, así como las actividades profesionales reservadas exclusivamente para ellos.

Este artículo establece la regulación especial de algunas carreras: las carreras de interés público.

Esta regulación implica un control directo sobre los contenidos curriculares básicos y los criterios de intensidad de la formación práctica a través del CU, la acreditación periódica ante la CONEAU y el establecimiento de las actividades profesionales reservadas exclusivamente para ellos.

El diseño de productos es, sin lugar a dudas, una actividad que debe ser considerada reservada específicamente a los diseñadores industriales, pero estos quedan fuera de los alcances del artículo 43, resignando sus actividades principales a muchas de las ingenierías que si se encuentran reguladas por el mismo. Por otra parte, muchos diseñadores y diseñadoras industriales se encuentran ocupando puestos en estudios de diseño multidisciplinarios, oficinas técnicas de diversas ramas de la industria metalmecánica o bien llevando adelante tareas que otrora fueran ejecutadas por otros profesionales, donde el diseño es abordado desde diferentes perspectivas incluyendo el diseño de procesos productivos.

Esto no hizo más que ampliar el espectro de alcance de la disciplina, por lo cual, se vuelve necesaria la detección de las nuevas alternativas de inserción laboral que se presentan. La industria y el avance tecnológico crecen de la mano y estos avances se ven reflejados en esta profesión y en el crecimiento de la misma. Cada vez más industrias requieren de un D.I y se debe estar preparado para afrontar esta necesidad que presenta el mercado laboral actual y futuro.

Por todo lo dicho, se considera de gran importancia formar integralmente a los futuros egresados, para que parte de la competencia no sólo sea si es una actividad esencial o no, sino que su preparación en todos los aspectos profesionales le permitan superar las competencias requeridas por el mercado.

El juego de rol

Se define como un juego organizado en el que cada participante desempeña el papel de un personaje en un ámbito modelado, éste puede ser de aventura, realista, futurista, etc.

El juego de roles es una táctica que se ha venido utilizando como estrategia pedagógica (Polo et al, 2018) para el fortalecimiento del desarrollo de las habilidades de los y las estudiantes debido a que busca que asuman y representan roles en el contexto de situaciones reales o realistas propias del mundo laboral.

Por lo tanto, elaboramos tres ámbitos modelados de simulación:

- Trabajo en el ámbito de un emprendimiento personal
- Trabajo en el ámbito de una Pyme, cooperativa, Mi-Pyme, etc.
- Trabajo en el ámbito institucional

Y cada uno tenía que ser recorrido y abordado por un personaje que tenía tareas en equipo e individuales acordes a cuyas cualidades debían construir para la apropiación e incorporación de habilidades profesionales ligadas el perfil del egresado y alcances profesionales elegidos.

Para adquirir estas habilidades, debíamos trabajar sobre los siguientes aspectos fundamentales:

- La orientación vocacional profesionalizante
- Las habilidades personales y profesionales ya adquiridas
- Las habilidades personales y profesionales a adquirir
- La elaboración de instrumentos y herramientas que permitiesen la adquisición de las habilidades profesionales faltantes
- El modelo de puesta a prueba para su medida.

A continuación, vamos a referenciar brevemente cada una:

La orientación vocacional profesional: A través de la técnica del IKIGAI, de pruebas múltiples de personalidad, de tests de habilidades y de presentación del perfil del egresado, de las incumbencias profesionales y las fronteras del rol del diseñador, los orientamos en la búsqueda de su estado actual. Conocerse como punto de partida y reflexionar sobre sus fortalezas, debilidades, aciertos y oportunidades.

Las habilidades personales y profesionales ya adquiridas: A través de una serie de cuestionarios y encuestas los invitamos a recapacitar sobre sus destrezas adquiridas, pero sobre todo naturalizadas y no naturalizadas, para que puedan procesar una escala y pudiesen medir su grado de adquisición

Las habilidades personales y profesionales por adquirir: Luego se procedió a comparar dichas escalas de destrezas adquiridas entre sí y con otros profesionales para poder trabajar sobre las habilidades deseadas a incorporar. La elaboración de instrumentos y herramientas que permitiesen la adquisición de las habilidades profesionales faltantes:

Se presentaron todos los componentes necesarios para la gestión del diseño en un marco profesional, herramientas de costos y cotización, se abordaron las necesidades de relevamiento a la hora de tomar un nuevo proyecto, se recreó la relación diseñador - comitente desde diferentes aspectos emulando las características diversas que la misma puede aparejar. Se brindaron elementos de aprendizaje de gestión comercial y de mercadeo de sus propios conocimientos como diseñadores y diseñadoras.

El modelo de puesta a prueba para su medida: Este fue realizado en el formato de un único trabajo práctico individual y personal, de duración cuatrimestral, que le permitiese poder obtener, al final de este, un paquete de herramientas de promoción y pericias que les quedasen listas para ser usadas en la realidad.

Herramientas de promoción

Extrapolando el concepto de las distintas herramientas de marketing, como una noción a aplicar sobre el diseñador siendo el mismo o ella misma su propio producto, y pensando en que pueden usarse como una excelente forma para fortalecer su presencia de marca y innovación en la promoción de ventas de sus productos o servicios pudiendo permitirles cumplir cualquier objetivo de diseño, producción, venta que se propongan en cualquier ámbito modelado (estudio de diseño, pyme o negocio, institución), y así aumentando su participación en el mercado. Denominamos herramientas de promoción a todas aquellas que refieren a cualquier forma de presentación y promoción de ideas, bienes o servicios.

Fue necesario hacer esta distinción, ya que, al ser nativos digitales, muchos presentaban una falta de delimitación entre qué es lo personal y qué es lo profesional, desdibujando los límites entre ambos.

Herramientas de promoción personal: Son aquellas que promocionan su persona, sus hobbies, sus intereses, sus habilidades. En este grupo entran:

- Redes sociales personales
- Blogs personales
- Podcasts, páginas web de su persona, familia, etc.

Herramientas de promoción profesional: Son aquellas que promocionan su profesión, entendiéndose así al siguiente grupo:

- CV madre, CV específicos,
- Portfolios,
- Redes sociales profesionales
- Elementos de imagen profesional
- Speech reclutadores de RRHH

Herramientas de promoción Productiva: Son aquellas que promocionan su producto o productos, como, por ejemplo:

- Marca
- Logotipo o isologotipo, o imagotipo, etc.
- Imagen corporativa
- Speech clientes y Speech proveedores
- Cartera de clientes y Cartera de proveedores
- Elementos técnicos como hojas de trabajo, presupuestos, hoja de compras, fichas técnicas de materiales, procesos y productos
- Destrezas de community manager, marketing, branding y naming.

Se enfatizó en la necesidad que tiene un profesional de adaptar su comunicación y sus herramientas de promoción a la dinámica actual, donde un mercado absolutamente global y volcado a lo digital dejó obsoletas muchas herramientas en los formatos en los que las conocíamos hasta hace algunos años.

Se realizó especial hincapié en las herramientas de promoción personal respecto a la forma de mostrar los proyectos realizados, a través del uso de diferentes plataformas para diseñar un portfolio o las variables de redes sociales disponibles para cada tipo de perfil. Esto es muy importante porque no estamos hablando de un CV tradicional, el reclutador espera del diseñador un perfil innovador y con la capacidad de mostrar sus capacidades en el mismo.

Modelos y Montaje

Una vez logradas las herramientas, de forma interrelacionada, la modelización y montaje se diseñó en etapas, transversales entre sí, cuyo objetivo era ir recorriendo el trayecto del ámbito modelado seleccionado por el estudiante, para su interpretación del rol.

- **Simulador de Entrevistas:** A todos se los sometió a simulaciones de entrevistas, individuales y grupales, donde el reclutador podía ser tanto un RRHH, como un potencial jefe de planta, una autoridad institucional, etc. El objetivo de esa etapa fue prepararlos para las futuras entrevistas laborales. Como en toda entrevista, previamente debían presentar sus CVs, tarjetas personales, portfolios, etc.

- **Modelo de negocio:** Se los guió, conforme con su elección del emprendimiento a realizar, en la construcción de un modelo de negocio que se adaptara a la propuesta planteada y que contemplara la realización de una segmentación de mercado, de un análisis de la competencia, identificación de las alianzas claves, estudio de proveedores más convenientes, identificación de propuesta de valor, etc.

- **Montaje de ámbito:** Se los introdujo en el ejercicio real del montaje del espacio acorde para llevar adelante su estudio de diseño, o su oficina técnica o su taller, expresando su layout, costos de implementación, etc.

- **Montaje de comercialización y gestión impositiva:** Se guió a los estudiantes en el desglose de los números de su emprendimiento, en poder olvidarse del producto

o servicio por un momento y comprender el entorno comercial particular y el impositivo general, a través de diferentes materiales teóricos y prácticos se los indujo a poder desmembrar el proyecto en todas sus partes y poder con eso establecer una estrategia comercial adecuada.

La relación de los estudiantes con las pymes locales surge de un vínculo que se viene trabajando en los últimos años entre la Universidad y los polos productivos locales.

Cada año lectivo en curso visitamos las industrias locales para rescatar ejercicios de diseño que puedan llevarse adelante dentro del marco de la materia y dentro de las necesidades de las pymes.

Una vez establecidos los ejercicios a desarrollar, que abarcan desde pequeñas investigaciones de materiales o tecnologías en desarrollo, hasta diseño de piezas o elementos de maquinarias, los estudiantes toman contacto con su comitente para llevar adelante el proceso de desarrollo.

El pautado, la organización y el desarrollo del ejercicio está coordinado entre las pymes y la materia para lograr en tiempo y forma un resultado efectivo para ambas partes. Durante el proceso, los estudiantes se relacionan y llevan adelante el trabajo como si fueran diseñadores independientes. Nuestra tarea como docentes es acompañar, asistir y mediar entre ambas partes aportando ideas y acompañamiento fundamentalmente en el área de vínculo profesional. Cómo dialogar, de qué manera presentar informes, ayuda técnica.

Los resultados son muy interesantes, no solo por el ejercicio obtenido, sino por la visualización de nuestros estudiantes, por la posibilidad real de obtener un trabajo a posterior con las empresas y fundamentalmente por ir sembrando en pymes locales el sello de nuestra Universidad y de nuestra carrera.

Discusión de los resultados obtenidos

Los resultados obtenidos fueron muy satisfactorios, pero no solo para los docentes, sino para los estudiantes. En una primera instancia, aprobar la asignatura de las PPP, les dejó instrumentos de uso inmediato y futuro: Un CV actualizado, revisado y corregido, Portfolio organizado, su propia marca con su imagen corporativa, speeches que le permitirán saber manejarse desde lo profesional, Hojas de trabajo que funcionan para sus emprendimientos, Cartera de clientes y Cartera de proveedores lista para seguir creciendo, un posible modelo de negocio, un posible producto o productos comercializables, conocimiento en presupuestos, impuestos, facturas, y lo más importante, conocimiento de cómo remunerar su trabajo.

Se fortaleció la idea original de trabajar con modelos de la realidad de producción reciente, locales y vigentes, generados en el seno de los emprendimientos propios, de problemáticas de pymes, cooperativas y empresas del conurbano y en algunos casos, en universidades naciones y los diferentes organismos de investigación de nuestro país. Si bien sería factible profundizar en la generación y construcción de las herramientas vigentes y de las nuevas por venir, cumplimos con hacer visible el debate de sus incumbencias profesionales y de su espacio laboral.

Reflexión

Estas experiencias llevaron a la generación de propuestas de buena calidad, con muy buenos niveles de profundidad y presentación de los proyectos. Por esto, se infirió que la práctica de reducir la cantidad de trabajos de diseño a uno, pero con las condicionantes de diseño de la realidad. No se debe perder de vista que la duración es de un cuatrimestre y se aumentó la complejidad del mismo. No se debe dejar de lado el hecho que durante el segundo cuatrimestre de 2020 se obtuvieron excelentes resultados respecto a la participación e interacción con los estudiantes, a pesar de la modalidad virtual debido a la pandemia por COVID-19. Por esto se cree firmemente que la vuelta al aula traerá consigo más y mejores resultados, no obstante, es muy positivo haber logrado representar, de la manera más ajustada a la realidad posible, un escenario de trabajo profesional para diseñadores en formación. La pandemia y sus múltiples aristas no hicieron más que cerrar puertas, pero se considera que dentro de la asignatura Taller de Prácticas Pre-profesionales, se han logrado abrir, al menos desde el ejercicio académico, muchas otras.

Referencias bibliográficas:

- Alex Milton, Paul Rodgers. (2013). *Métodos de investigación para el diseño de producto*. España: Blume.
- Bernhard E. Bürdek. (1994). *Diseño: Historia, Teoría y Práctica del Diseño Industrial*. España: Gustavo Gili.
- Galán Serrano, J.; Muñoz Torres, A.; Díaz García, D. (2011). *Guía de dibujo y presentación de diseños de productos*. Valencia: Universitat Jaume I.
- Instituto Nacional de Tecnología Industrial [INTI]. (2012). *Guía de Buenas Prácticas de Diseño*. San Martín, Argentina: INTI
- Instituto Nacional de Tecnología Industrial [INTI]. (2012). *Diseño de productos: Una oportunidad para innovar*. San Martín, Argentina: INTI.
- La Cruz, W; Casariego, E. (2007). *Las herramientas tecnológicas en la enseñanza del diseño industrial – Universidad Valle del Momboy*. Valera, Venezuela: Trujillo.
- Ley Educación Superior 24521/1995. Artículos 42 y 43. *Honorable Congreso de la Nación Argentina*. <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-24521-25394>
- Mazzeo, C; Romano, A.M. (2007). *La enseñanza de las Disciplinas Projectuales*. Buenos Aires: Nobuko.
- Polo-Acosta, C., Carrillo-Estrada, M., Rodríguez-Barrio, M., Gutiérrez-Meriño, O.,
- Pertuz-Guette, C., Guette-Granados, R., Polo-Palacin, A., Padilla-Muñoz, R., Campo, R., Estrada, M., Vergara, R. y Osorio, A. (2018). *Juego de roles: estrategia pedagógica para el fortalecimiento de la convivencia*. Cultura. Educación y Sociedad 9(3), 869-876. DOI: <http://dx.doi.org/10.17981/cultedusoc.9.3.2018.103>
- Resolución Consejo Superior UNLA RCS 44/15
- Resolución Consejo Superior UNLA RCS 87/14
- Abstract:** Reconstruction of the structure of the subject Pre-professional Practices with a vision more focused on the student and his experience and his training taking into account the paradigm shift in Industrial Design in Argentina.
- Keywords:** Pre-professional Practices - Les - Article 43 - Role Play - Pedagogical Strategies - Business Model - Industrial Design.
- Resumo:** Reconstrução da estrutura do tema Práticas pré-profissionais com uma visão mais focada no estudante e em sua experiência e em sua formação levando em conta a mudança de paradigma no Desenho Industrial na Argentina.
- Palavras chave:** Práticas pré-profissionais - Les - Artigo 43 - Role Play - Estratégias pedagógicas - Modelo empresarial - Desenho industrial.
- (* **Estefanía Fondevila Sancet:** Especialista en Metodología de la Investigación Científica por la Universidad Nacional de Lanús (UNLa). Diplomada en Ciencia y Tecnología por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Profesora Adjunta Regular Responsable en las Cátedras de Ciencia Aplicada al Diseño Industrial, Taller de Prácticas Preprofesionales de Diseño Industrial y Taller de trabajo Integrador Final de la Licenciatura en Diseño Industrial de la UNLa. Investigadora Categoría III del Programa de Incentivos, Directora de diferentes proyectos de Investigación desde 2015. Coordinadora del Área de Investigación del Departamento de Humanidades y Artes de la UNLa. **Diego Pablo Velazco:** Diseñador Industrial por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Especialista en Metodología de la Investigación Científica por la Universidad Nacional de Lanús (UNLa). Profesor Adjunto Regular Responsable en las Cátedras de Modelado Digital, Taller de Diseño Industrial IV y Taller de trabajo Integrador Final de la Licenciatura en Diseño Industrial de la UNLa. Profesor Adjunto Regular Responsable de la Cátedra de Visión I de la carrera de Diseño Industrial de la UNLP. Investigador Categoría IV del Programa de Incentivos, Director de diferentes proyectos de Investigación desde 2015. Coordinador Académico de la Carrera de Diseño Industrial del Departamento de Humanidades y Artes de la UNLa. **Nicolás Lamberti:** Licenciado en Diseño Industrial por la Universidad Nacional de Lanús (UNLa). Ayudante alumno en la Cátedra de Taller de Diseño Industrial IV y del Taller de Trabajo Integrador Final de la Licenciatura en Diseño Industrial de la UNLa. Adscripto Investigador UNLa. **Johanna Peri:** Licenciada en Diseño Industrial por la Universidad Nacional de Lanús (UNLa). Ayudante alumno en la Cátedra de Prácticas Preprofesionales y Ciencia Aplicada al Diseño Industrial de la UNLa. Investigadora Becas CIN 2021.