

de projetar que se pratica na Oficina, atua então como um espaço de síntese, um modo de atuar comum, governado por atitudes próprias do habitus projetual que começam a ser valoradas pelas congruências com as demandas do processo empreendedor.

**Palavras chave:** habitus projetual - economia - criatividade - emprendimiento - design - ensino - empreendedor.

(\*) **Mario Dorochesi Fernandois.** Magister en Innovación Tecnológica y Emprendimiento UTFSM. Creador y Director del programa de Ingeniería en Diseño de Productos de la Universidad Técnica

Federico Santa María y también del Centro de Innovación en Productos CI+P, los cuales actualmente dirige. Dirección de múltiples proyectos educativos y de incorporación tecnológica a la educación; programas de desarrollo y fomento a empresas y gobiernos regionales. Miembro del Comité Editorial de la Comisión Latinoamericana de Postgrado en Diseño. Por su intenso trabajo de internacionalización ha sido nominado consultor en Diseño Estratégico para América Latina del Politécnico de Milán, Italia. Es Design Management Chile por la empresa italiana Design Innovation y Director del Comité de Innovación de Advanced Innovation Center Chile.

## El desafío de coordinar una carrera en constante evolución

Actas de Diseño (2020, julio),  
Vol. 31, pp. 128-133. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2015  
Fecha de aceptación: agosto 2016  
Versión final: julio 2020

Raúl Carlos Drelichman, Valeria Drelichman y Facundo Colantonio (\*)

**Resumen:** Desde sus inicios, en 1997, la Escuela de Diseño y Comunicación Multimedial se encontró con deber actualizar en forma casi permanente la currícula en virtud de la velocidad de avance de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Ello hizo que hace ya varios años se cree un equipo de Coordinación Docente, entre cuyas tareas recayó el actualizar el trayecto educativo, año tras año. A partir de allí, y en forma progresiva, se realizaron cambios estructurales que permitieron la actualización constante de los contenidos de la carrera y la ampliación del perfil del egresado. El equipo de Profesores Coordinadores, del cual los autores forman parte, continuará llevando adelante este desafío, para lograr una mejora cualitativa de la Carrera.

**Palabras clave:** Multimedia - innovación - tecnología - diseño - proyectos.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 133]

### 1. Introducción

Pocas generaciones a lo largo de la historia han tenido la oportunidad de ser testigos de cambios tecnológicos de la envergadura de aquellos a los que nos hemos enfrentado durante las dos últimas décadas, aquellos que modifican los hábitos sociales y culturales y que se consideran como tecnologías disruptivas.

Internet ha cambiado la forma en que nos comunicamos y relacionamos, tal como menciona Ariel Torres (2015):

Internet no está cambiando la historia de la civilización porque ahora podemos comprar las entradas para el cine en la Web o porque mensajeamos a cualquier lugar del mundo usando WhatsApp. Internet está cambiando la historia de la civilización porque por primera vez ha dejado de ser posible controlar lo que las personas expresan. Lo intentan de vez en cuando, aquí y allá, pero cada día se vuelve más ingobernable. Como todavía somos una especie joven e inmadura, eso incluye a la escoria que discrimina, insulta y descalifica. Pero creo que es un costo insignificante comparado con el mundo que acabamos de

dejar atrás, ese en el que solo unos pocos privilegiados podían expresarse públicamente mientras todos los demás éramos discriminados.

Volvamos atrás estas dos décadas. Corría el año 1996: hacía solo un año que Internet estaba a disposición del público en Argentina; Hotmail recién había sido fundada; Nintendo, líder indiscutido en ese momento, pone a la venta su Nintendo 64; usábamos Windows 95; Intel anunciaba el lanzamiento de su procesador Pentium y muy pocas computadoras tenían lectores de CD-ROM; un teléfono celular estaba al alcance de muy pocas personas y con prestaciones limitadas y, por supuesto, también muy pocas familias contaban con una computadora en sus hogares. En ese año de 1996 dos estudiantes de posgrado en ciencias de la computación en la Universidad de Stanford presentaban su tesis, que consistía en un buscador de información en Internet, que en 1998 se transformó en Google, el mayor éxito mediático, tecnológico y comercial de estos tiempos, que según John Battelle, autor del libro *The Search*, “reescribió las reglas de los negocios y transformó nuestra cultura”.

En ese marco, las autoridades de la joven Universidad Maimónides (nacida en 1990) tuvieron la visión de que el nuevo siglo, que comenzaría en pocos años, necesitaría nuevos profesionales preparados para esta nueva sociedad, más especializados y con mayores habilidades en el uso de nuevas herramientas tecnológicas.

Con la visión de que Argentina, como país periférico, debía basar su economía en este nuevo capital humano, para así insertarse competitivamente en un mundo globalizado, es que presentaron al Ministerio de Educación la propuesta de abrir una carrera de grado, Licenciatura, totalmente innovadora, en Diseño y Comunicación Multimedial (que finalmente, por desconocimiento oficial y temas burocráticos pasó a denominarse Licenciatura en Tecnología Multimedial) cuya aprobación fue resuelta por Resolución Ministerial Nro. 734/97 de mayo de 1997, transformándose así en la primera carrera en su tipo en Argentina y una de las primeras en el mundo.

Con la misma visión de futuro que se decidió crear la carrera se encaró el dictado de la misma, preparando profesionales para trabajos que aún no existían. El desafío de preparar profesionales para que ocupen puestos que todavía no se crearon para negocios que se están inventando es enorme. ¿Qué herramientas se requerirán? Más que nunca debemos pensar en términos de complejidad, y en este sentido, ahondar en la profundización del pensamiento crítico.

Desde el inicio, el objetivo de la carrera fue que los alumnos puedan juzgar por sí mismos el grado de relevancia que tiene la cada vez más inagotable cantidad de información que les viene dada a través de la tecnología informática.

Comunicación, creatividad, liderazgo y trabajo en la diversidad: estas son las claves para que las próximas generaciones puedan desarrollar un enfoque interdisciplinario. Solo así desplegarán su potencial empresario y cambiarán las reglas del juego.

## 2. Problemática

### 2.1. Actualización tecnológica

La carrera de Diseño y Comunicación Multimedial existe en un contexto de sorprendente actualización tecnológica. Hace solo unos años, el 29 de junio de 2007, Steve Jobs introdujo el iPhone, dispositivo que revolucionó la multimedia, con su pantalla táctil y aplicaciones, y a partir de allí, ya nada fue igual. Estos conceptos fueron adoptados en forma masiva por la industria y se convirtieron en un nuevo estándar, no solo de la telefonía, sino de la informática en general.

En 2010, nuevamente Apple ingresó con una nueva innovación, el iPad, y hoy, mundialmente, el mercado de tablets supera al de notebooks. Estos adelantos nos llevan a pensar que en un futuro próximo todos nuestros dispositivos informáticos serán móviles y, afortunadamente, sin cables.

Paralelamente se expandió, mejoró y aceleró la transmisión inalámbrica de datos, ya sea mediante sistemas de telefonía (GPRS, 3G, 4G) o de Wi-Fi (radio frecuencia).

En 2005 YouTube revolucionó la forma de compartir videos y un año después fue adquirida por Google, lo que multiplicó en forma exponencial su difusión.

Otro hito realmente importante fue el avance de las denominadas Redes Sociales, que si bien existían desde fines del siglo XX, tomaron impulso con Facebook, nacida al igual que Google de la mano de estudiantes universitarios, a partir del año 2007, siendo hoy el segundo sitio más visitado de Internet, precedido solo por Google.

Y nos encontramos estos últimos años con la revolución de la impresión 3D, cuyos costos y utilización se abaratan día tras día, y según Matthew Wall, de la BBC, “se avecina una revolución más grande que la de Internet”

A esto debemos agregarle el aún incipiente lanzamiento de los dispositivos de Realidad Aumentada y Realidad Virtual, tales como Google Glass, Oculus Rift, Morpheus, Nokia Ozo, Microsoft Hololens, entre otros.

### 2.2. Requerimientos de la industria

A través de estas dos décadas y en forma paralela a los cambios sociales y avances tecnológicos producidos fueron mutando las áreas de inserción laboral de los egresados.

De realizar sitios web estáticos y CD-ROMs, se fue ampliando el abanico de desarrollos con el agregado de banners animados, sitios web interactivos, animaciones 2D y 3D, videos, videojuegos, desarrollos multimediales a medida, *mappings*, instalaciones interactivas, aplicaciones móviles, administración de relaciones en redes sociales (community manager) y nuevos requerimientos que se agregan día a día producto de la expansión hacia el área digital de medios tradicionales y la aparición de nuevos medios y soluciones digitales, que en todos los casos requieren de un experto en multimedia para su desarrollo, diseño y comunicación; todo ello con el agregado de los conocimientos de marketing y negocios que poseen los egresados lo cual los ha convertido desde el inicio en directores de proyectos.

### 2.3. Nuevos intereses de los egresados

Desde su inicio, la carrera de Diseño y Comunicación Multimedial de la Universidad Maimónides, incitó a los jóvenes a pensar en el desarrollo de su propio emprendimiento una vez egresados, ello sin descuidar los cambiantes requerimientos de la industria.

Esto parte del convencimiento que la Universidad no solo debe formar nuevos profesionales, sino que también debe ayudarlos a insertarse exitosamente en el mundo laboral, en el caso de las carreras proyectuales, a través de sus propios emprendimientos. Entendemos que, precisamente, las carreras de tipo proyectual son las más propicias para pequeños emprendimientos profesionales, individuales o asociados a pequeños grupos de pares.

A través de los años muchos han sido los desafíos que se han debido enfrentar, quizás el más grande de ellos es preparar profesionales para trabajos que hoy (o cuando cada alumno ingresó) no existen (o no existían). Ello se ha logrado dotando a cada egresado con la capacidad para posicionarse dentro del campo del diseño y la comunicación multimedial, lo que significa que no se

trata solo de conocer y manejar herramientas o poder ofrecer soluciones multimediales, sino de tener la capacidad crítica que permita a los nuevos profesionales reconocer los cambios y la evolución del campo y de la sociedad y adaptarse rápidamente a ellos, por lo cual los contenidos curriculares tienen como objetivo incentivar a los alumnos para que sean generadores de innovación. Una típica pregunta que se recibe, más por parte de los padres que acompañan a sus jóvenes hijos, es acerca de la eventual salida laboral. Dada la formación en varias áreas troncales, los egresados pueden optar por trabajar en aquella que más se adecue a sus intereses, no conociendo egresados que, ya sea por cuenta propia o en relación de dependencia, no hayan conseguido insertarse laboralmente, y sí, importantes casos de éxito, algunos de ellos presentados en este mismo Foro ("Un emprendimiento exitoso gestado en la Universidad" - Tercer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño - Julio 2012). Si bien la multimedia, como tantos otros ámbitos del diseño, no requiere de título habilitante para su práctica, el obtener una Licenciatura no solo habilita a los profesionales a continuar posgrados en el país o en el exterior, sino al reconocimiento, cada vez más extendido en la sociedad y entre las empresas, de la validez de una sólida formación universitaria, dándose el caso que alumnos que habían abandonado la carrera hace varios años, retornan para obtener el título, ya sea porque sin el mismo se le cierran puertas para su ascenso laboral o porque, ya con mayor madurez, comprenden este reconocimiento social.

### 3. Equipo de Coordinación Docente

En el año 2006 la dirección de la Escuela de Comunicación y Diseño Multimedial decide e instrumenta la creación de un equipo de Coordinación Docente. Quienes forman este equipo son docentes de la carrera de Diseño y Comunicación Multimedial que, por su trayectoria docente y participación en otras actividades de la universidad, ya actuaban como referentes para los alumnos en cuestiones relacionadas con la carrera. La creación del equipo de Coordinación Docente es entonces la formalización de este rol ante la comunidad educativa. Los docentes coordinadores, junto con el Coordinador Académico de la Escuela, llevan adelante la tarea de mantener actualizada la carrera ante los cambios del mercado, los avances tecnológicos y las tendencias globales en torno a la comunicación. En forma progresiva se fueron realizando cambios estructurales que permitieron la actualización constante de los contenidos de la carrera y la ampliación del perfil del egresado para estar acorde a los cambiantes desafíos profesionales que surgen constantemente en el área del diseño y la comunicación multimedial.

Actualmente las funciones de los coordinadores son: servir de nexo entre los alumnos y la universidad para resolver inquietudes y fomentar el diálogo académico; consensuar con los docentes los contenidos de las materias y promover la realización de trabajos integradores que requieran el desarrollo conjunto en distintas asignaturas; proponer cambios de metodología, objetivos y evaluación para una continua actualización curricular;

establecer nuevos espacios de participación académica, artística y profesional; evaluar las distintas estrategias desarrolladas y proponer nuevas en función de los resultados obtenidos.

Sin embargo, en un contexto de cambio constante y, gracias a una estructura institucional que favorece el desarrollo colectivo, el principal desafío del equipo de Coordinación Docente es mantenerse actualizado y proponer siempre nuevas estrategias con el fin último de lograr año tras año una mejora cualitativa de la carrera y con ello de la calidad de los futuros licenciados.

## 4. Estrategias

### 4.1. Diseño Curricular

La Licenciatura en Tecnología Multimedial fue aprobada en el año 1997 (Resolución Ministerial N° 734/97) presentando un primer plan de estudios que fuera luego modificado en el año 1999 (Disposición de la Dirección Nacional de Gestión Universitaria N° 163/99). Cambios de mayor consideración se realizaron recién en el año 2009 (Disposición de la Dirección Nacional de Gestión Universitaria N° 744/09) con una última modificación en el año 2012 (Disposición de la Dirección Nacional de Gestión Universitaria N° 110/12).

El diseño curricular, ya desde el primer plan de estudios, contempla la necesidad de una actualización permanente en virtud de la velocidad de avance de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Es por esto que incluye asignaturas como Seminarios, Seminarios de Actualización Tecnológica y Talleres de Integración. Dichas asignaturas, de carácter obligatorio, están pensadas para variar su contenido de forma tal de incorporar al plan de estudios las novedades que surgen continuamente en el ámbito de la multimedia.

Sin embargo, ante los cambios tecnológicos, los requerimientos del mercado y los nuevos intereses de alumnos y egresados es necesario pensar la actualización curricular de manera continua, no solo desde los contenidos y los objetivos, sino también desde la metodología de enseñanza. Teniendo presente que, una gran parte de las veces, la enseñanza de la multimedia se piensa desde la práctica, es esta práctica la que debe plantearse como un espacio no solo de acción sino también de reflexión.

Una de las estrategias impulsadas por el equipo de Coordinadores Docentes se basa en la enseñanza del arte a través de la reflexión en la acción según la teoría de Donald A. Schön (1992):

Ensamblaré las líneas de una teoría del prácticum reflexivo como un instrumento para la preparación en el arte; una respuesta a las situaciones difíciles de las escuelas profesionales cada vez más preocupadas por la necesidad de preparar a los estudiantes para ser competentes en las zonas indeterminadas de la práctica.

Tanto los docentes como los alumnos comprenden y comparten la idea que están hoy formándose para profesiones

que todavía no existen. Es en este punto que la reflexión sobre la propia experiencia resulta indispensable tanto para la enseñanza cuanto para el aprendizaje.

#### 4.2. Trayectos Rectores

Los contenidos curriculares de la carrera de Multimedia abarcan distintas áreas del conocimiento e incorporan saberes de distintas disciplinas. Siendo el diseño multimedial una práctica interdisciplinaria por definición, es necesario organizar dichos contenidos en una currícula universitaria que permita articular los saberes tanto de manera horizontal, por cada año de cursada, como de manera vertical, a lo largo de los cuatro años de duración de la carrera.

La carrera de Diseño y Comunicación Multimedial se articula en función de cuatro trayectos rectores: diseño y comunicación, programación, negocios y arte. Cada uno de estos trayectos se desarrolla a lo largo de los cuatro años de cursada estableciéndose como ejes de contenido, y a estos mismos se les suman otros contenidos complementarios.

Desde el equipo de Coordinación Docente se llevan adelante acciones para que todos los profesores de las materias de cada trayecto rector trabajen en conjunto y puedan entonces establecer una clara progresión a lo largo de los cuatro años de cursada. Periódicamente se realizan revisiones y cambios de mayor envergadura en los contenidos y objetivos de los trayectos para responder a la necesidad de actualización continua.

La posibilidad de realizar la actualización de contenidos a partir de los trayectos rectores permite entonces una mayor flexibilidad que lo que podrían permitir cambios al diseño curricular de la carrera, que de por sí implican más tiempo y distintos pasos formales a respetar.

En el año 2014 se realizó la modificación del trayecto de Programación multimedial, estableciendo ajustes en los contenidos con el objetivo de lograr que los alumnos estén preparados para responder satisfactoriamente a los requerimientos de una industria extremadamente dinámica. En esta modificación también se incorporaron estrategias del Aprendizaje Basado en Problemas.

#### 4.3. Aprendizaje Basado en Problemas

La modificación del trayecto de Programación multimedial se realizó buscando implementar un nivel más de integración entre las materias de la carrera a lo largo de los cuatro años de cursada. Utilizando como método el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP), se planteó una propuesta de articulación que permitiera a los alumnos acercarse a la adquisición de competencias profesionales de manera interdisciplinaria.

Según esta metodología, los alumnos deben desarrollar proyectos, abordando la problemática de los mismos desde distintas materias trabajando en conjunto. Para esto se destina un período específico de la cursada, organizándola, por ejemplo, en tres meses de clase teórico-práctica y un mes de desarrollo de proyecto interdisciplinario, por cuatrimestre.

Otra propuesta complementaria es la de alumnos tutores. Los docentes identifican aquellos alumnos que estén en

condiciones de ser tutores, ya sea de alumnos de su mismo curso o de años inferiores, y les proponen que sean tutores como parte de las prácticas de la materia. Estas tutorías se coordinan directamente entre los alumnos involucrados, fuera del horario de cursada, pero con conocimiento y supervisión de los docentes, haciendo uso de las distintas herramientas de trabajo colaborativo que ofrecen las plataformas digitales vigentes (redes sociales, *apps* de optimización y gestión de trabajo, entre otros). Así como dentro de la currícula se plantean estas intersecciones, a lo largo de la historia de la carrera de Diseño y Comunicación Multimedial se implementaron, y se siguen desarrollando, otras propuestas metodológicas, basadas en la misma línea de aprendizaje basado en problemas, que ofrecen experiencias alternativas a la clase convencional, como es el caso del colectivo *Proyecto Untitled* y el Laboratorio de Proyectos.

#### 4.4. Proyecto Untitled

En el año 2006, la carrera de Diseño y Comunicación Multimedial logra alcanzar el nivel de posicionamiento e infraestructura necesaria para dar soporte a una nueva experiencia de trabajo en el entorno universitario. Con el fin de innovar en las prácticas de enseñanza e incorporar de manera definitiva como eje fundamental las materias que componen el trayecto de arte multimedia, se crea el colectivo artístico-pedagógico *Proyecto Untitled*.

Este grupo se conformó inicialmente con una selección de los mejores alumnos de la carrera, docentes de arte y directivos de la Escuela, formando un equipo multidisciplinario para idear y desarrollar proyectos multimedia de innovación. Se eligió vincularlo al arte ya que de esta manera se logra implementar una metodología de trabajo en taller, con procesos y etapas totalmente prácticas, a partir de un desarrollo teórico complejo. A su vez, la decisión de abordar proyectos desde el plano artístico permitió convertir la experiencia de aprendizaje en una experiencia "real".

El extenso vínculo de la Universidad Maimónides con instituciones culturales y artísticas, públicas y privadas, abrió el camino para que las obras incubadas dentro del *Proyecto Untitled* comiencen a ser expuestas en salas de dichos espacios abiertos a la comunidad. Los resultados del trabajo de equipo, en taller y en clase, se vieron reflejados en las diferentes presentaciones que se realizaron en instituciones tales como el Centro Cultural Recoleta, Tecnópolis, Centro Cultural General San Martín, Casa del Bicentenario, galería Objeto a, galería arte x arte, Centro Cultural Borges, Teatro San Martín, entre muchos otros. Cada proyecto realizado tiene como premisa explorar los alcances del vínculo entre el arte y las nuevas tecnologías. Los mismos han sido presentados en onedotzero, EVA, Fase, la Noche de los Museos y muchos otros eventos y festivales.

Desde el año 2008, *Proyecto Untitled* comienza a incorporar elementos biológicos en sus obras, para lo cual se invita a participar a científicos, artistas e investigadores del área, convirtiéndose así en un colectivo pionero en la Argentina en el desarrollo de obras de bioarte.

En 2013, habiendo adquirido una vasta experiencia y teniendo como carta de presentación un portfolio de obras

muy amplio, realiza su primer muestra de arte interactivo en el exterior: Itinerancia Recorridos en la Universidad de Barcelona, España; en la Embajada Argentina en París, Francia; y participa del festival internacional Ars Electrónica (Austria) con la obra Big Brain Project.

Este alcance obtenido a lo largo de los años, dio a *Proyecto Untitled* un carácter de profesionalización que con el tiempo comenzó a dificultar el acceso al mismo de nuevos estudiantes debido a la exigencia que las presentaciones requerían en cuanto a velocidad de producción y presencia en espacios culturales. Por un lado, esto indicó que la experiencia fue más que satisfactoria al recibir un apoyo constante de un contexto externo a la Universidad. Pero, por otro lado, dejaba nuevamente un espacio desatendido en la formación académica para aquellos estudiantes que se encontraban en un estadio de aprendizaje inicial e intermedio. Es por esto, y por el crecimiento constante de la carrera, que se decidió expandir la experiencia y reformularla dando así lugar a nuevos grupos. Para poder formar y acompañar estos nuevos emprendimientos artísticos, y también de otras clases, se crea el Laboratorio de Proyectos (LAP).

#### 4.5. Laboratorio de Proyectos

Siguiendo con la línea de experiencias pedagógicas vinculadas al arte, en el año 2014 se crea el LAP con el objetivo de ampliar la participación de los alumnos de la carrera de Diseño y Comunicación Multimedial en proyectos concretos.

El LAP es un espacio extracurricular, aunque de asistencia obligatoria, que nace como una plataforma de investigación, producción y experimentación, a modo de laboratorio de exploración y construcción de redes de relación entre el arte, el diseño, la ciencia, la tecnología y la sociedad.

Este nuevo espacio plantea dos diferencias fundamentales respecto a *Proyecto Untitled*. En primer lugar, se desarrolla en un aula taller convocando a los alumnos de todos los años de la carrera, e incluso ex-alumnos y egresados, en un mismo encuentro semanal a fin de crear subgrupos mixtos por área de interés. En segundo lugar, se plantea el desarrollo de proyectos que puedan aplicar a todo tipo de convocatorias, no necesariamente artísticas. De esta manera, grupos formados por estudiantes de distintos años, con distinta experiencia, comienzan a gestar propuestas donde se definen roles, orientaciones y necesidades de distinto tipo.

Los coordinadores del espacio acompañan a los grupos en el planteo y desarrollo de las propuestas según los intereses planteados previamente y buscan asesoramiento y tutoría de profesionales específicos de las áreas que sean necesarias a fin de concretar la creación e implementación de las propuestas.

Este año 2015 se seleccionaron seis proyectos incubados en el Laboratorio, todos ellos diversos, pero con reflexiones y discursos encontrados que exploran, visualizan o generan nuevas redes de relación en nuestra sociedad mediada por la tecnología. Rescatando la noción de proceso y experimento del Laboratorio, acompañamos los proyectos con una serie de relatos y registros sobre los procesos de producción e investigación de cada uno.

En ellos convergen espacios inmersivos, instalaciones de realidad aumentada, redes y plataformas urbanas y sociales, objetos interactivos, videojuegos, conexiones enlazadas por lo tecnológico en lo cotidiano y elementos naturales y orgánicos como manifestaciones posibles, sensibles e imaginarias sobre nuestro entendimiento y relación con la tecnología.

El LAP conforma un espacio de integración. En actividades como las que refieren a multimedia, la formación de comunidades multidisciplinares resulta indispensable para el correcto desarrollo de un proyecto; es por esto que dentro del taller se plantean metodologías que permitan reforzar la idea de comunidad, con todo lo que ello implica.

#### 4.6. Encuestas

Durante el año 2014 se concentraron una serie de acciones por parte del equipo de Coordinación Docente por lo que se consideró oportuno llevar a cabo una serie de encuestas que permitieran conocer la opinión de alumnos y docentes de manera exhaustiva.

Se diseñó una encuesta de autoevaluación de aprendizaje para que respondan todos los alumnos de la carrera. La misma fue muy bien recibida por parte de la comunidad puesto que les permitió expresar sus opiniones de manera detallada y tuvo un muy alto índice de respuestas.

La encuesta permitió individualizar ciertos problemas puntuales en materias o grupos, que pudieron ser atendidos y considerados en la planificación del año 2015. Entre las acciones surgidas a partir de las opiniones relevadas se encuentran el dictado de cursos extracurriculares y la programación de actividades como conferencias y clínicas de evaluación.

#### 5. Conclusiones

El equipo de Coordinación Docente de la carrera de Diseño y Comunicación Multimedial se encuentra día a día frente al desafío de mantener la carrera actualizada ante los cambios del mercado, los avances tecnológicos y las tendencias globales en torno a la comunicación. Los años de experiencia llevando adelante distintas estrategias para lograr este objetivo nos permiten concluir que todas las acciones realizadas, y más aún las distintas correlaciones entre ellas, son necesarias. Como así también es necesario continuar implementando nuevas estrategias ya que se trata de una carrera en constante evolución.

Todas las estrategias detalladas en el presente trabajo, e inclusive la creación misma del equipo de Coordinación Docente, tienen como fin último ofrecer una experiencia educativa de calidad.

Una experiencia educativa de calidad y una carrera actualizada, con proyección fuera del ámbito académico, constituyen los mayores atractivos para futuros alumnos. En efecto, la mayor parte de los nuevos estudiantes toman la decisión de inscribirse en la carrera basados en recomendaciones de alumnos y ex-alumnos.

El equipo de Coordinación Docente, del cual los autores forman parte, continuará llevando adelante este desafío, para lograr año tras año una mejora cualitativa de la Carrera y con ello de la calidad de los futuros licenciados.

**Referencias bibliográficas**

- Battelle, J. (2006). *The Search: How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture*. Wiley's.
- Drelichman, R. (2012). *Un emprendimiento exitoso gestado en la Universidad*. Presentado en III Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño. Buenos Aires, Argentina. Abstract publicado en Actas de Diseño, 14.
- Hopenhayn, M. y Ottone, E. (2000). *El gran eslabón*. Fondo de Cultura Económica.
- Schön, D. A. (1992). *La formación de profesionales reflexivos*. Ediciones Paidós.
- Tedesco, J. (2002). *Educación en la sociedad del conocimiento*. Fondo de Cultura Económica.
- Torres, A. (2015). *Por primera vez en la historia es imposible controlar lo que se dice*. La Nación. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1813312>
- Universidad Politécnica de Madrid, Servicio de Innovación Educativa. (s.f.) *Aprendizaje Basado en Problemas*. Disponible en: [http://innovacioneducativa.upm.es/guias/Aprendizaje\\_basado\\_en\\_problemas.pdf](http://innovacioneducativa.upm.es/guias/Aprendizaje_basado_en_problemas.pdf)
- Wall, M. (2015). *Se acerca una revolución más grande que la de Internet*. BBC Mundo. Disponible en: [http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/09/130926\\_hagalo\\_usted\\_mismo\\_finde.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/09/130926_hagalo_usted_mismo_finde.shtml)

**Abstract:** From its beginnings, in 1997, the School of Design and Multimedia Communication was found to have to update almost permanently the curricula by virtue of the speed of advance of the new technologies of the information and communication. This made several years ago a team of Teaching Coordination was created, among whose tasks was the updating of the educational path, year after year. From there, and in a progressive way, structural changes were made that allowed the constant updating of the contents of the career and the extension of the profile of the graduate. The team of Coordinating Professors, of which the authors are part, will continue to carry out this challenge, to achieve a qualitative improvement of the Race.

**Keywords:** Multimedia - innovation - technology - design - projects.

**Resumo:** Desde o seus inícios, em 1997, a Escola de Design e Comunicação Multimídia encontrou-se com a necessidade de atualizar de

modo permanente os conteúdos curriculares em virtude da velocidade de avanço das novas tecnologias da informação e comunicação. Isto fez que se criara um equipe de Coordenação Docente, entre cujas tarefas teve que atualizar de forma constante o trajeto educativo. Desde esse momento, e de modo progressivo, se fizeram mudanças estruturais que permitiram a atualização constante dos conteúdos da carreira e a ampliação do perfil do graduado. O equipe de Professores Coordenadores continuará com este desafio, para lograr uma melhora qualitativa da Carreira.

**Palavras chave:** multimídia - inovação - tecnologia - design - projetos.

(\*) **Raúl Carlos Drelichman**. Profesor y Coordinador en Universidad Maimónides, Escuela de Diseño y Comunicación Multimedial. Dedicado al desarrollo de sistemas informáticos en redes desde 1970, se ha especializado a partir de 1994 en investigación, realización e implementación de Comunicaciones Integradas de Marketing, soluciones personalizadas para Internet, con énfasis en capacitación online y negocios virtuales. Consultor en temas de Sociedad de la Información, capacitación online y Marketing Digital. Miembro de asociaciones profesionales nacionales y extranjeras dedicadas a la investigación, estudio, desarrollo y capacitación relacionadas con Internet y la Sociedad de la Información. **Valeria Drelichman**. Licenciada en Tecnología Multimedial. Profesora titular en Informática General de la Carrera de Artes Multimediales en la Universidad Nacional de las Artes (UNA), profesora adjunta en la Universidad Maimónides en las materias Software Creativo y Diseño Aplicado y Coordinadora de la carrera de Multimedia en la misma institución. Dirige Kaleido Group, llevando adelante el gerenciamiento, desarrollo, producción y comercialización de proyectos multimediales. **Facundo Colantonio**, Estudió Tecnología Multimedial en la Universidad Maimónides, donde se desempeña como docente de Taller de diseño y forma parte del equipo de coordinación de la carrera. Es docente de Diseño Gráfico III - cátedra Wolkowicz en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (FADU-UBA). Como parte del colectivo artístico Proyecto Untitled ha desarrollado diversas obras e instalaciones reconocidas nacional e internacionalmente, entre las que se destacan "Florís Lupus" y "Dermis".