

Universidad ORT

Entrevista a Montserrat Ramos Mon / Coordinadora Académica de Publicidad /
Catedrática de Publicidad

Virginia Silva / Coordinadora Académica de Comunicación

Oscar Aguirre / Secretario Docente de la Escuela de Diseño



Oscar Aguirre / Virginia Silva / Montserrat Ramos Mon

-¿Cuáles son las herramientas que adquieren los estudiantes durante la carrera de Comunicaciones?

Montserrat Ramos-La carrera es una Licenciatura de 4 años más la Tesis o Proyecto Final. En los dos primeros años se dicta el Ciclo Básico, donde los estudiantes reciben los cimientos de la formación del comunicador, con fuerte contenido teórico y una aproximación a las prácticas que permiten al alumno definir su orientación: Publicitaria, Periodística, Audiovisual o Corporativa.

La segunda mitad de la carrera cubre la opción profesional propiamente dicha, en la que se brindan todos los conocimientos teórico- prácticos necesarios para cada una de las disciplinas. A lo largo de la carrera todos los estudiantes reciben una formación sólida y actualizada acompañada de talleres prácticos para tener una aproximación real a lo que será su desempeño profesional en el futuro.

-¿Cuál es el enfoque y la visión de la Universidad?

Montserrat Ramos-La Universidad tiene como objetivo formar profesionales aptos para desempeñarse en la carrera elegida con un nivel de profesionalismo óptimo que los destaque en el desarrollo de su actividad. Todas las orientaciones tienen una visión multidisciplinaria que les brinda las herramientas necesarias, la apertura y conciencia ética para desempeñarse en las diversas áreas de gestión.

-¿Cómo colabora ORT en la inserción laboral de sus egresados?

Virginia Silva-La Universidad tiene un departamento específico que orienta al alumno en el universo laboral.

Es fundamental la formación universitaria para cualquier trabajo en comunicación,

¿Cuál es el rol de ORT frente a su alumnado?

Montserrat Ramos-Dentro del método de estudios, se recrean situaciones de trabajo real en una organización que permiten incorporar destrezas y conocimientos específicos de la profesión. Esto apunta a que el estudiante, cuando se incorpora al ámbito laboral, tenga ya una aproximación actualizada a la tarea, de modo que no se produzca un desfasaje entre la teoría y la práctica.

-¿De qué manera colaboran las agencias de Publicidad en la formación del alumno?

Montserrat Ramos-Al incorporar a nuestros alumnos, abren para ellos un espacio de práctica profesional.

-¿Cuáles son las opciones que ofrecen en Diseño?

Oscar Aguirre—En Diseño, las opciones se toman al inicio en las 5 licenciaturas: Gráfico, Multimedia, Industrial, Modas y Animación y Videojuegos. No obstante, la alta conjugación de asignaturas de los planes de estudio permite a estudiantes cambiar de orientación o realizar más de una en paralelo sobre todo en el año 1, fundacional, y 2, el año técnico. Esto se completa con el Proyecto Final que, además de integrador, es multidisciplinario.

-Además en ORT existen cursos y postgrados ¿cuáles son las especializaciones?

Virginia Silva—Varían y cubren todas las áreas temáticas. Se ofrecen cursos y talleres de actualización, especialización y profundización en forma permanente.

-¿Con qué tecnología está equipada la Universidad ORT para el desarrollo del campo audiovisual?

Montserrat Ramos - Universidad ORT es la única universidad que posee un estudio Full HD desde las cámaras hasta la sala de controles y trabajamos con DVCam para los rodajes en exteriores.

-¿Cuáles son los docentes y materias de la carrera de comunicación?

Virginia Silva—Es un cuerpo docente con probada experiencia académica y profesional en el campo de la comunicación. Son referentes profesionales en sus respectivas áreas.

-¿Cuál es el porcentaje de inserción laboral de los alumnos?

Virginia Silva - Varían de una especialización a otra, pero todas están en el rango de entre 90 y 95%.

Oscar Aguirre - En la Licenciatura en Diseño Gráfico que es la de mayor trayectoria dentro de la Escuela de Diseño, ya que fue lanzada en 1996, la inserción supera el 90%. En Diseño Industrial y Modas estamos en las dos primeras generaciones de egresados, ya que iniciamos los cursos en 2004.

-¿Cuál cree que es el rol de las Universidades privadas en la publicidad uruguaya?

Montserrat Ramos—Profesionalizar la disciplina mediante la reflexión y la investigación, formando profesionales competitivos a nivel internacional, con los instrumentos idóneos para destacarse en el sector.