

PUBLICIDADE E RELACIÓNS PÚBLICAS

Manuel Fernández Areal

A Licenciatura de Publicidade e Relacións Públicas, da Facultade de Ciencias Sociais da Universidade de Vigo, implantouse no campus de Pontevedra neste curso académico 1994-95.

Das tres licenciaturas das Ciencias da Información, a universidade de Santiago imparte Xornalismo, e a de Vigo, desde o curso 1994-95, Publicidade e Relacións Públicas. A outra licenciatura, a de Comunicación Audiovisual, aínda no sabemos en cal das tres universidades galegas chegará a impartirse.

A primeira escola de Xornalismo do noso país, posterior á guerra civil, foi privada e funcionou ó pé da rotativa do diario El Debate. Houbo antes estudos xornalísticos na Universidade de Salamanca, e na Universidade de Navarra, que foi a primeira que vence-llou xornalismo e Universidade. Tamén houbo unha sección de Xornalismo na Facultade de Letras da Universidade de

A Laguna (Canarias), na que examinaban os profesores da Escola de Xornalismo do Ministerio de Información; pero xa hai un cuarto de século que o Xornalismo pasou ás Facultades universitarias, nas que hoxe se imparten as devanditas tres licenciaturas independentes.

A LRU (Lei de Reforma Universitaria) posibilita que as Licenciaturas de Xornalismo, Publicidade e Relacións Públicas, e Comunicación Audiovisual poidan converterse cada unha en Facultade, ou que unha Facultade imparta as tres licenciaturas; e tamén permite que na Facultade de Ciencias Sociais se impartan unha ou as tres licenciaturas de Ciencias da Información, xa que o "paraugas" de Ciencias Sociais pode acoller licenciaturas diversas.

Como xa se dixo, na Facultade de Ciencias Sociais da Universidade de Vigo (campus de Pontevedra) a única

Licenciatura que actualmente se imparte é a de Publicidade e Relacións Públicas.

Os primeiros titulados en Publicidade e Relacións Públicas rematarán os seus estudos dentro de catro anos, e deberían acadar na súa carreira unha formación ampla, que os capacite para traballar en tódolos eidos da Comunicación.

Os alumnos de Publicidade e Relacións Públicas deberían facer prácticas (nas aulas e fóra delas) de publicidade, de relacións públicas e de comunicación en calquera dos medios modernos que serven de soporte ás mensaxes publicitarias, propagandísticas e informativas.

Pero para darlles a estes alumnos unha formación polivalente, cómpre dispoñer dun profesorado numeroso, competente e especializado, e de laboratorios-gabinetes de radio, televisión, montaxe de anuncios publicitarios, deseño de anuncios, etc., que eviten que esta carreira sexa namais de saber sociolóxico, teórico e especulativo.

A lingua é a ferramenta de traballo máis común en tódalas especialidades da Comunicación Social, aínda que tamén é indispensable coñecer ben os medios nos que hai que desenvolverlos *modos* da Comunicación. Débese escribir ben, titular ben, falar ben; e hai que facelo cos medios técnicos e polas canles axeitadas; tamén cómpre coñecerla prensa, a radio, a televisión, os ordena-

dores, os gabinetes de imaxe, as cámaras de televisión, etc.

PLAN DE ESTUDIOS

Aínda respectando a *troncalidade*, os plans de estudos poden variar moito nestas licenciaturas tan recentes. En Pontevedra, Publicidade e Relacións Públicas é unha carreira que consta de catro anos, nos que se cursa materias específicas e outras que, sen seren complementarias desde o punto de vista legal, tampouco son estrictamente profesionais.

No primeiro curso, con dous cuatrimestres, hai materias relacionadas coa Historia, a Economía, a Socioloxía, a Lingua castelá e máis a galega, a Teoría Xeral da Comunicación e da Información, as técnicas da comunicación escrita e da radiofónica, a teoría xeral da imaxe e a introducción á Publicidade e as Relacións Públicas.

No segundo curso estúdiáanse xa máis materias específicas, como a Comunicación Televisiva, a Información Impresa, a Documentación Informativa, a Teoría das Relacións Públicas, a Opinión Pública, a Historia da Comunicación Social, en xeral, e da Publicidade, en particular; amais da Psicoloxía, os Sistemas Políticos, a Socioloxía do Consumo, etc.

No terceiro hai disciplinas máis empresariais, como por exemplo a Teoría da Empresa, a Mercadotecnia, a

Estatística descritiva aplicada ó eido da Publicidade, a Empresa informativa e a publicitaria, etc., sen esquece-la necesidade de facer xa unha introducción ó eido da metodoloxía nas ciencias sociais, a psicoloxía da comunicación, a teoría da propaganda, etc.

No cuarto e derradeiro curso estúdase o dereito da información e da publicidade, a planificación e xestión dos medios publicitarios, as técnicas da propaganda política e electoral, a ética publicitaria, etc.

Non hai que esquece-las materias optativas, e as de libre disposición, para completa-los créditos que cómpren para a obtención do título.

O PORVIR DA LICENCIATURA

Cómpre ser optimistas sobre o futuro desta licenciatura, polas razóns seguintes:

a) Porque, nos eidos da Publicidade e das Relacións Públicas, os postos de traballo de moitos bos profesionais non titulados acabarán sendo desempeñados polos que acaden o título;

b) porque a Universidade capacita para traballar mellor en calquera tarefa;

c) porque a comunicación social ten cada día máis importancia;

d) porque en Galicia, actualmente só se pode cursar en Pontevedra a licenciatura de Publicidade e Relacións públicas;

e) porque o mundo da comunicación é apaixonante.