

Els estudis universitaris de comunicació a Catalunya

Marta Civil i Serra

Observatori de Polítiques de Comunicació de l'Institut de la Comunicació
de la Universitat Autònoma de Barcelona (OPC InCom-UAB)

Núria Reguero i Jiménez

Observatori de Polítiques de Comunicació de l'Institut de la Comunicació
de la Universitat Autònoma de Barcelona (OPC InCom-UAB);
Estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació
(Universitat Oberta de Catalunya)

El bienni 2011–2012 es caracteritza per la consolidació de la reforma dels estudis universitaris adaptats a l'Espai Europeu d'Educació Superior (EEES), en un entorn de forta recessió econòmica, que ha comportat l'aplicació d'unes polítiques universitàries urgents de reajustament a escala estatal i catalana. Emmarcat en aquest context, el capítol defineix el mapa de l'oferta dels estudis de grau, màster oficial i doctorat en comunicació impartits durant el curs 2012–2013 a Catalunya i, per primera vegada, aprofundeix sobre la demanda dels estudis de grau, amb una anàlisi comparativa entre l'oferta de places per accedir al primer curs de cada titulació i el nombre d'estudiants que finalment s'hi matriculen.

CIVIL I SERRA, Marta; REGUERO I JIMÉNEZ, Núria (2013): "Els estudis universitaris de comunicació a Catalunya", a CIVIL I SERRA, Marta; BLASCO GIL, José Joaquín; GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel, eds.: *Informe de la comunicació a Catalunya 2011–2012*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 3, pàgs. 311–328. e-Pub gratuït a <http://www20.gencat.cat/docs/EADOP/Publicacions/Continguts/epubs/lexikon/InformeDeLaComunicacioACatalunya11-12.epub>

El bienni 2011–2012 es caracteritza per la consolidació de la reforma dels estudis universitaris adaptats a l'Espai Europeu d'Educació Superior (EEES), en un entorn de forta recessió econòmica, que ha comportat l'aplicació d'unes polítiques universitàries urgents de reajustament a escala estatal i catalana



1. Introducció

La complexitat del panorama dels estudis de comunicació oficials i homologats que descrivíem en l'anterior edició de *l'Informe de la comunicació a Catalunya*, motivada per la convivència de les antigues llicenciatures amb els nous estudis de grau adaptats a l'Espai Europeu d'Educació Superior (EEES) —Pla de Bolonya—, ha donat pas a una etapa de consolidació d'aquests ensenyaments amb les primeres promocions de graduats i la finalització de la docència de les 33 llicenciatures vigents fins al bienni anterior.

Per a l'elaboració del capítol, hem seguit la metodologia utilitzada en anteriors edicions de *l'Informe*, considerant els ensenyaments de comunicació sempre que s'imparteixin des de les Ciències Socials i Jurídiques o les Arts i les Humanitats¹ i hem descartat els estudis no reglats.²

El capítol s'estructura en cinc apartats principals. Després d'aquesta introducció metodològica, el segon apartat aprofundeix en la política universitària catalana, en el context espanyol i europeu, amb les principals novetats legislatives i de regulació que condicionen el panorama educatiu superior i que suposen l'aplicació d'un doble paquet de mesures de reducció de la inversió universitària, a més de la sinergia amb les empreses, entre altres.

El tercer apartat estableix entre d'altres l'evolució dels estudis de grau en comunicació oficials que ofereixen les dotze universitats de Catalunya (set de públiques i cinc de privades), i també recull els màsters oficials i els doctorats en comunicació. Per tal d'aprofundir en una anàlisi més qualitativa sobre l'oferta i la demanda dels estudis de grau en comunicació, es compara l'oferta inicial de places i el nombre d'estudiants que finalment s'han matriculat el curs 2012–2013. Aquestes xifres, sol·licitades directament a la Secretaria d'Universitats i Recerca del Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat de Catalunya i pendents de validació al tancament del curs acadèmic vigent, ens permetran esbossar una primera tendència sobre aquest aspecte que fins ara no havíem abordat en *l'Informe*.

El quart apartat aporta les principals conclusions del capítol i planteja reptes de futur que queden oberts per al proper bienni i que, en funció de com es resolguin, condicionaran la formació de les properes generacions de periodistes i comunicadors, en un context de ràpids canvis estructurals, econòmics, tecnològics i professionals.

Finalment, el capítol es clou amb un directori actualitzat de les disset institucions vinculades a les dotze universitats que imparteixen estudis oficials i homologats de comunicació a Catalunya, en forma d'annex.

1. Les Ciències Socials i Jurídiques i les Arts i les Humanitats són dues de les cinc branques de coneixement contemplades al Reial decret 1393/2007 de 29 d'octubre pel qual s'estableix l'ordenació dels ensenyaments universitaris oficials (*BOE*, 30–10–2007). Les altres tres branques són les Ciències, les Ciències de la Salut, i l'Enginyeria i l'Arquitectura.

2. Els estudis no reglats són ensenyaments que no han estat verificats pel Consell d'Universitats del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport i que, en conseqüència, no han estat autoritzats pel Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat, que és l'organisme amb competències en matèria de titulacions universitàries a Catalunya. En aquesta ocasió també deixem de computar els estudis de Biblioteconomia i Documentació, que algunes universitats havien impartit durant uns anys en facultats de comunicació, però que amb l'entrada del Pla de Bolonya deixen d'oferir.

2. Les polítiques universitàries a Europa: cap a unes línies estratègiques comunes que fomentin la formació, l'ocupació i la competitivitat

2.1. Europa: el desplegament de l'estratègia Europa 2020 i la definició de l'Horitzó 2020

Durant el bienni 2011–2012, la Comissió Europea desenvolupa el desplegament de l'estratègia Europa 2020. El propòsit és crear les condicions per a una economia més competitiva que permeti fomentar l'ocupació i posicionar la Unió Europea en el punt neuràlgic de les economies mundials.

En aquesta línia, la Comissió ha instat els estats membres a iniciar reformes estatals en educació i en altres àmbits cabdals com la reducció de la pobresa. Destaca una exigència explícita perquè cada estat dugui a terme més inversions —i més eficaces— en educació, recerca i innovació per aconseguir un “creixement intel·ligent, sostenible i integrador”.³ No obstant això, la conjuntura marcada per la reducció en la despesa educativa fa que tant Catalunya com Espanya distin molt d'haver aconseguit aquests objectius relacionats amb la inversió.

D'altra banda, l'estratègia Europa 2020 suposa l'adaptació de l'educació universitària a les necessitats del mercat. En aquest sentit, la Comissió mostra preocupació per la situació espanyola per manca de correspondència entre l'ensenyament universitari i les necessitats laborals i perquè se “segueix sense comptar amb una estratègia global per adequar l'ensenyament superior a les necessitats de mercat” (COMISIÓN EUROPEA, 2013: 9).

Amb l'ànim d'enfortir l'àmbit transversal de l'economia del coneixement, la recerca i innovació, la Comissió Europea ha creat també el programa Horitzó 2020, que entrarà en vigor el 2014 (substituint el VII Programa Marc, 2007–2013) i establirà les línies estratègiques per a l'Europa dels 28 (amb la incorporació de Croàcia com a nou membre el 2013).⁴ Fomentar i donar suport a la Unió Europea com a líder mundial en matèria de ciència i assegurar el lideratge industrial en innovació són alguns dels seus objectius prioritaris. L'Horitzó 2020 també pretén reduir els processos burocràtics per accedir a convocatòries competitives i aconseguir l'harmonització entre els plans estatals i regionals i les directius europees, tant pel que fa als continguts estratègics com als temps d'implementació.

Un altre tema que caldrà tenir en compte per al proper bienni és la proposta de la Unió Europea de crear l'anomenada “ciutadania comuna”, un paquet de dotze mesures presentades el maig de 2013 per la vicepresidenta i comissària europea de Justícia, Viviane Reding, per fomentar el dret a la mobilitat dels ciutadans que els estats haurien d'aplicar abans de 2015.⁵ Entre aquestes mesures destaca el foment de l'ocupació juvenil, la mobilitat d'estudiants, la possibilitat que un treballador d'un país pugui seguir cobrant la prestació d'atur durant sis mesos si se'n va a buscar feina —actualment només se'ls permet cobrar-la durant un període de tres mesos— o un marc homogeni de

Durant el bienni 2011–2012, la Comissió Europea desenvolupa el desplegament de l'estratègia Europa 2020. El propòsit és crear les condicions per a una economia més competitiva que permeti fomentar l'ocupació i posicionar la Unió Europea en el punt neuràlgic de les economies mundials



3. Font: EUROPEAN COMMISSION: Europe 2020 [En línia]. www.webcitation.org/6HvpeiPQb

4. Font: EUROPEAN COMMISSION: Horizon 2020 [En línia]. www.webcitation.org/6I26tsMFM

5. Aquestes mesures sobre els drets dels ciutadans són el resultat de la consulta pública més extensa impulsada per la Comissió Europea, oberta el maig de 2012 i que actualitza l'*Informe sobre la ciutadania de la UE de 2010*. Font: COMISIÓN EUROPEA (2012): “Comunicado de prensa. Derechos de los ciudadanos: la Comisión Europea lanza la mayor consulta pública jamás realizada y pide a los ciudadanos que fijen las prioridades futuras” IP/12/461, 08–05–2012. www.webcitation.org/6HdRw25mX

pràctiques i contractes per a joves, amb uns drets associats a qualsevol país (EUROPEAN COMMISSION, 2013; *El País*, 09-05-2013, pàg. 6).

2.2. Espanya: implantació de la Llei de la ciència, amb mesures de reajustament urgents

El bienni 2011–2012 està marcat pel desplegament de l'Estratègia Universitat 2015, impulsada pel Ministeri de Ciència i Innovació i aprovat pel Consell de Ministres el gener de 2009, i la nova Llei de la ciència, aprovada el maig de 2011, que ja recollíem en l'informe anterior. Ambdós documents han condicionat el debat de la reforma del sistema universitari estatal actual, en compliment de les recomanacions de la Comissió Europea, que s'han estès també al debat sobre els models universitaris autonòmics.

Amb les eleccions generals del 20 de novembre de 2011, les competències en l'àmbit de polítiques universitàries passaven a dependre del nou Ministeri d'Educació, Cultura i Esport, amb José Ignacio Wert Ortega al capdavant. S'iniciava un període marcat per relacions complexes entre el ministeri, les comunitats autònomes i les universitats. La falta de liquiditat pressupostària de l'administració estatal i el retard en la transferència de partides econòmiques a les comunitats autònomes i, en conseqüència, a les universitats públiques, ha dificultat la planificació i previsions docents i altres activitats acadèmiques, com el desenvolupament de projectes d'R+D plurianuals, resolts en convocatòries competitives.⁶ Aquest fet es veu agreujat per l'entrada en vigor del Reial decret llei 14/2012, de 20 de abril, de mesures urgents de racionalització de la despesa pública en l'àmbit educatiu (*BOE*, 21-04-2012), que entre altres mesures suposa l'augment de la jornada laboral per a tot el personal de l'administració pública.

Aquestes mesures coincideixen també amb la congelació de convocatòries de places de professors titulars i catedràtics (funcionaris de l'estat) i se sumen a les noves retallades derivades de l'aplicació del Reial Decret llei 20/2012, de 13 de juliol, de mesures per garantir l'estabilitat pressupostària i de foment de la competitivitat (*BOE*, 14-07-2012), que imposa un augment de l'IRPF i l'IVA⁷ i que ha generat diverses vagues universitàries.

Paral·lelament, el 12 de febrer de 2013, es presentava al Ministeri d'Educació, Cultura i Esport el document *Propuestas para la reforma y mejora de la calidad y eficiencia del sistema universitario español*, elaborat per la Comissió d'Experts per a la Reforma del Sistema Universitari Espanyol.⁸ La comissió reflexiona sobre l'escàs nombre d'alumnes d'algunes titulacions, que en pot qüestionar la viabilitat: dels 1.817 títols del curs 2011–2012, un 27,46% tenien menys de 50 alumnes i un 12,54% menys de 30, “tot i que s'ha de tenir una especial sensibilitat amb els estudis de molt baixa demanda però suficient interès, especialment en l'àmbit de les Humanitats” (COMISIÓN DE EXPERTOS PARA LA REFORMA DEL SISTEMA UNIVERSITARIO ESPAÑOL, 2013: 70). En aquest context, la comissió critica l'escassa col·laboració interuniversitària i recull, a partir de dades de l'*Informe CRUE* (2010), que durant el curs

6. Per a més informació vegeu el capítol “La recerca en comunicació a Catalunya. Estat de la qüestió” d'aquest mateix informe.

7. En l'àmbit educatiu, l'augment de l'IRPF afecta directament tots els treballadors universitaris, tant del sistema públic com privat, i l'IVA repercuteix directament sobre el preu final de matriculació.

8. La comissió està formada per nou membres, però cap d'ells no prové de la comunicació social.

9. Font: Decret 77/2012, de 10 de juliol, pel qual es regeixen els preus dels serveis acadèmics a les universitats públiques de Catalunya i a la Universitat Oberta de Catalunya per al curs 2012–2013 (*DOGC*, 12-07-2012). Segons la Secretaria d'Universitats i Recerca de la Generalitat de Catalunya, “el nou sistema de preus públics per a crèdits matriculats estableix l'import que ha de pagar l'estudiant en funció del nivell de renda familiar computable i el nombre de membres de la unitat familiar, sempre que no se superin determinats nivells de patrimoni familiar. S'estableixen set llindars diferents de renda familiar en funció dels quals es paga entre el 0 i el 25% del cost total dels estudis, a través de les beques Equitat”, gestionades per l'Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca. FONT: GENERALITAT DE CATALUNYA, DEPARTAMENT D'ECONOMIA I CONEIXEMENT [En línia]. www.webcitation.org/6I0ODXKg7

2011–2012 a Espanya hi va haver només 12 graus interuniversitaris (el 0,5% del total), 378 màsters interuniversitaris (15,5%) i 96 doctorats interuniversitaris (5,7%) (COMISIÓN DE EXPERTOS PARA AL REFORMA DEL SISTEMA UNIVERSITARIO ESPAÑOL, 2013: 63).

2.3. Catalunya: cap a un nou model de sistema universitari

El maig de 2012, la Secretaria d'Universitats i Recerca del Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat de Catalunya presentava les *Bases d'un nou model universitari català. Actuacions estratègiques* (SECRETARIA D'UNIVERSITATS I RECERCA, 2012), en compliment de les recomanacions estatals i europees. El document defineix sis àmbits de treball: reestructuració de l'oferta universitària; model català de personal acadèmic; impuls de serveis comuns (consorciats); nova política de preus i beques; les universitats com a motors del desenvolupament del país i governança, gestió i finançament. En aquest capítol ens detindrem en dos aspectes concrets que ja s'han materialitzat.

Amb relació a la nova política de matriculació, la Generalitat de Catalunya ha establert, a partir del curs 2012–2013, un nou preu per crèdit que té en compte, per primera vegada, la renda familiar de l'estudiant.⁹ A tall d'exemple, el curs 2008–2009 el preu mitjà per matricular-se en el sistema universitari públic al primer curs de Periodisme era d'uns 800 euros, el curs 2010–2011 va pujar a uns 1.500 euros i per al curs 2012–2013 —quan es produeix el major increment anual— se situa en uns 2.400 euros.¹⁰ Amb aquesta nova política de matriculació es pretén reajustar els percentatges d'aportació per sufragar les despeses reals d'un curs acadèmic, que en el sistema públic oscil·la entorn dels 7.000 euros, reduint els de l'administració i augmentant la part que assumeix l'estudiant. L'aplicació d'aquestes mesures ha provocat mobilitzacions del sector estudiantil, sindicats i col·lectiu universitari en general i, encara que falten estudis que avaluïn l'impacte real que ha suposat, podria significar que alguns alumnes no hagin pogut seguir assumint aquest cost de la matrícula i no acabin els estudis o que sigui un fre per a una part dels interessats a accedir-hi.

Com a resposta a les mobilitzacions, per al proper curs 2013–2014 el Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat de Catalunya ha anunciat la voluntat de no augmentar les taxes, tot i que en tancar el capítol encara no s'havia formalitzat la decisió.

Adaptant-se a les directrius europees d'impulsar sinergies entre la universitat i l'empresa, la Generalitat aprovava la primavera de 2013 el Pla de Doctorats Industrials de Catalunya. Aquesta iniciativa permetrà que l'estudiant pugui desenvolupar la seva tesi doctoral remunerada en el marc d'un conveni de col·laboració entre una universitat i una empresa.¹¹ A diferència del seguiment previst en àmbits com les Ciències o l'Enginyeria, caldrà veure si en l'àmbit de la comunicació les empreses del sector també reclamen aquest tipus de doctorat.

El maig de 2012, la Secretaria d'Universitats i Recerca del Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat de Catalunya presentava les *Bases d'un nou model universitari català. Actuacions estratègiques*



10. En el cas dels centres adscrits a universitats públiques el preu d'un curs pot rondar els 5.000 euros, i en un centre privat, els 8.000 euros.

11. Font: DEPARTAMENT D'ECONOMIA I CONEIXEMENT DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA [En línia]. www.webcitation.org/6HXUXuyPw

La Mesa Sectorial dels Mitjans de Comunicació, impulsada per la Plataforma en Defensa dels Mitjans de Comunicació Social, ha aconseguit sumar els principals actors del sector i ha elaborat unes Propostes d'actuació davant la crisi del sector de la comunicació



La implicació dels agents del mercat en l'ensenyament universitari també s'ha fet palès amb iniciatives com la Plataforma Coneixement, Territori, Innovació (Plataforma CTI), promoguda per l'Associació Catalana d'Universitats Públiques (ACUP), Foment del Treball, PIMEC, l'Obra Social "la Caixa" i el Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat de Catalunya, amb la col·laboració d'Abertis i Aqualogy. La plataforma neix amb la finalitat d'analitzar i aprofundir en la col·laboració universitat-empresa per al foment de la innovació i la competitivitat econòmica de Catalunya.¹² El 2 de març de 2013, la plataforma va presentar la Declaració de Poblet, un decàleg en el qual es reclama compromís per impulsar una estratègia de competitivitat, progrés social i econòmic, fer una diagnosi que identifiqui "els clústers amb major potencial d'alt valor afegit per a la societat i l'economia" seguint el que estableix l'Horitzó 2020, "fomentar un sistema de finançament estable per a l'educació superior i la recerca científica" i "l'explicació de noves fórmules fiscals i d'altres instruments que afavoreixin el mecenatge i la relació entre les empreses, les universitats, centres de recerca i centres tecnològics, garantint l'avaluació i el seguiment sistemàtic d'aquesta cooperació".¹³

D'altra banda, la societat civil s'ha manifestat per tal que no es perdi qualitat en l'ensenyament; així, el bienni 2011–2012 ha estat marcat per un període de reivindicacions dels sindicats i associacions en aquest sentit.

L'altra gran iniciativa nascuda durant el període és la Mesa Sectorial dels Mitjans de Comunicació, impulsada per la Plataforma en Defensa dels Mitjans de Comunicació Social. Després de presentar el desembre de 2011 un manifest en el qual demanava al Govern una actuació per posar fre a la crisi en el sector,¹⁴ aconseguia sumar els principals actors del sector (universitats, col·legis professionals, gremis, sindicats, associacions empresarials i també la Secretaria de Comunicació de la Generalitat) i elaborar unes *Propostes d'actuació davant la crisi del sector de la comunicació*, presentades el maig de 2013. El document planteja més de quaranta mesures i demana "definir el rol d'empreses, universitats, organitzacions sindicals i col·legis professionals, per optimitzar els recursos i l'eficiència en la tasca de formar professionals", a més d'instar "l'administració a no autoritzar nous estudis si no ofereixen prou garanties curriculars i sense tenir en compte el sector" (MESA SECTORIAL DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ, 2013: 21 i 41-42). Queda pendent veure com i de quina manera aquestes mesures es podran acabar aplicant.

Amb relació a la cooperació entre universitats, per optimitzar recursos, cal destacar l'acord entre la Fundació Universitària del Bages —amb estudis a Manresa, adscrits a la Universitat Autònoma de Barcelona— i la Universitat de Vic per convertir-se en un campus territorial de la Catalunya Central.¹⁵ Tot i que el nom definitiu encara no està tancat, es preveu que la nova institució suposi un campus federat. Si la nova estructura funciona es podria aplicar posteriorment en altres casos. Pel que fa a la internacionalització, a partir del juny de 2013, la Universitat de Barcelona acollirà la seu d'un secretariat permanent de la cooperació universitària àrab-europea (*Ara*, 03–06–2013, pàg. 20), per promoure titulacions i recerques conjuntes i fomentar la mobilitat entre estudiants, amb l'homologació de títols i titulacions compartides.¹⁶

12. Font: PLATAFORMA CTI [En línia]. www.webcitation.org/6HysbfmId

13. DECLARACIÓ DE POBLET [En línia]. www.webcitation.org/6Hdtx6aSM

14. La plataforma va ser una iniciativa del Sindicat de Periodistes de Catalunya, el Col·legi de Periodistes de Catalunya, el Col·legi Professional de l'Audiovisual de Catalunya, i els sindicats CCOO, UGT i ÚPIFC/Sindicat de la Imatge. Font: SINDICAT DE PERIODISTES DE CATALUNYA [En línia]. 14 de desembre. www.webcitation.org/6Hyiftaa

15. AJUNTAMENT DE VIC [En línia]. www.webcitation.org/6HyuhQYcL

16. El secretariat permanent de la cooperació universitària àrab-europea està impulsat per l'Associació Europea d'Universitats, que agrupa unes 800 universitats de 47 països, i l'Associació d'Universitats Àrabs (AARU), formada per 600 institucions de 22 països àrabs (12 d'asiàtics i 10 d'africans).

3. Els estudis universitaris de grau, màster oficial i doctorat en comunicació a Catalunya

3.1. Cap a la consolidació de les noves titulacions de grau

Com s'esmentava en el capítol sobre els estudis de comunicació de l'edició anterior de l'*Informe*, l'adaptació de les universitats al Pla de Bolonya ha significat un nou increment dels estudis de grau en l'àmbit de la comunicació social a Catalunya. Així succeeix en l'actual bienni, en què l'oferta ha tornat a augmentar. En canvi, no és així en el cas dels programes de màster i doctorat (vegeu la taula 1).

Els nous graus els ofereixen la Universitat de Barcelona (UB), amb el grau en Comunicació i Indústries Culturals, a partir del curs 2011–2012, i la Universitat Abat Oliba (UAO-CEU), que des del curs 2012–2013 desdobra els estudis de Periodisme en tres àmbits (Periodisme - Bilingual Degree, Periodisme - Bilingual Degree + International Business Program, i Periodisme - Bilingual Degree + Ciències Polítiques) i afegeix la doble titulació de Publicitat i Relacions Públiques. Així mateix, la Universitat de Vic (UVic), que oferia per primera vegada el grau en Màrqueting i Comunicació Empresarial, com a substitut de la diplomatura en Ciències Empresarials per al curs 2012–2013, finalment no el va impartir per manca d'alumnes, i el torna a oferir de cara al curs 2013–2014.

La resta d'universitats continuen amb l'oferta formativa del bienni anterior. Pel que fa a les públiques, la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) segueix oferint els tres graus corresponents a les llicenciatures clàssiques de Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques. La UB modifica el títol de Cinema i Mitjans (a partir de 2012, Cinema i Mitjans Audiovisuals, que imparteix l'Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya, ESCAC) i manté l'oferta de graus en Comunicació Audiovisual, i Publicitat i Relacions Públiques (des de l'Escola Superior de Relacions Públiques).

La Universitat de Girona (UdG) manté l'oferta del bienni anterior, amb els graus en Audiovisual i Multimèdia —impartit a l'Escola de Realització Audiovisual i Multimèdia (ERAM)—,¹⁷ i en Comunicació Cultural i en Publicitat i Relacions Públiques— a la Facultat de Turisme.

La Universitat de Lleida (UdL) segueix oferint el grau en Comunicació i Periodisme Audiovisuals, i les universitats Rovira i Virgili (URV) i Pompeu Fabra (UPF), els graus en Comunicació Audiovisual, Periodisme, i Publicitat i Relacions Públiques.

La Universitat Politècnica de Catalunya (UPC) consolida el seu apropament a la comunicació social amb la continuació del grau en Mitjans Audiovisuals, impartit a l'Escola Universitària Politècnica de Mataró (EUPMT-UPC).¹⁸

En la modalitat dels estudis no presencials, la Universitat Nacional d'Educació a Distància (UNED), d'àmbit estatal, segueix sense oferir estudis oficials de comunicació, mentre que la Universitat Oberta de Catalunya (UOC)¹⁹ manté els graus en Comunicació i en Multimèdia.

Pel que fa a les universitats privades presencials, el curs 2012–2013 la Universitat Internacional de Catalunya (UIC) i la Universitat de

L'adaptació de les universitats al Pla de Bolonya ha significat un nou increment dels estudis de grau en l'àmbit de la comunicació social a Catalunya



17. L'ERAM és una fundació privada adscrita a la Universitat de Girona. Per a informació complementària vegeu el capítol "Els estudis de comunicació a Catalunya" de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2009–2010*.

18. L'Escola Universitària Politècnica de Mataró és una fundació privada, adscrita a la UPC. Tal com vam destacar en el capítol sobre els estudis de comunicació en l'informe anterior, la UPC imparteix, des del curs 2009–2010 el grau en Fotografia i Creació Digital i el grau en Multimèdia, al Centre de la Imatge i la Tecnologia Multimèdia, al campus de Terrassa. Però no els incloem en el capítol, perquè ambdós s'imparteixen des de l'àmbit de l'Enginyeria i l'Arquitectura.

19. La UOC es defineix com a institució de règim jurídic privat amb esperit de servei públic.

20. Com a novetat, la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna (URL) ha incorporat el grau en Relacions Internacionals el curs 2012–2013, però no l'hem inclòs a la llista perquè forma part d'una altra disciplina. Es tracta de la primera institució de Catalunya on s'imparteixen aquests estudis. FONT: FACULTAT DE COMUNICACIÓ BLANQUERNA (URL) [En línia]. www.webcitation.org/6Hf66NyIt

21. FONT: DEPARTAMENT DE PUBLICITAT, RELACIONS PÚBLIQUES I COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL (UAB) [El línia]. www.webcitation.org/6H77CN1ry

Taula 1. Estudis universitaris oficials de comunicació a Catalunya (curs 2012–2013)

Universitat	Graus	Màsters oficials	Doctorats
Universitats públiques			
UAB	– Comunicació Audiovisual – Periodisme – Publicitat i Relacions Públiques	– Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat – Intel·ligència Ambiental Multimèdia / Multimèdia Ambient Intelligence – Mitjans, Comunicació i Cultura – Publicitat i Relacions Públiques – Recerca en Comunicació i Periodisme (Vegeu “Estudis interuniversitaris”)	– Comunicació Audiovisual i Publicitat – Comunicació i Periodisme – Continguts de Comunicació a l’Era Digital – Mitjans, Comunicació i Cultura – Publicitat i Relacions Públiques
UB	– Cinema i Mitjans Audiovisuals – Comunicació Audiovisual – Comunicació i Indústries Culturals – Publicitat i Relacions Públiques	– Lèxic i Comunicació Lingüística (Vegeu “Estudis interuniversitaris”)	– Informació i Documentació en la Societat del Coneixement Relacionats: – Lèxic i Comunicació Lingüística – Formació del Professorat: Pràctica Educativa i Comunicació
UdG	– Audiovisual i Multimèdia – Comunicació Cultural – Publicitat i Relacions Públiques	– Comunicació i Estudis Culturals (Vegeu “Estudis interuniversitaris”)	
UdL	– Comunicació i Periodisme Audiovisuals		
UPC	– Mitjans Audiovisuals		
UPF	– Comunicació Audiovisual – Periodisme – Publicitat i Relacions Públiques	– Estudis Avançats en Comunicació Social – Estudis de Cinema i Audiovisuals Contemporanis – Interdisciplinari dels Mèdia i Sistemes Cognitius Interactius (Vegeu “Estudis interuniversitaris”)	– Comunicació
URV	– Comunicació Audiovisual – Periodisme – Publicitat i Relacions Públiques	– Comunicació Estratègica en la Societat del Risc (MASTERDEC)	– Comunicació
Universitat no presencial			
UOC	– Comunicació – Multimèdia	– Societat de la Informació i el Coneixement	– Societat de la Informació i el Coneixement
Universitats privades			
UAO-CEU	– Periodisme - Bilingual Degree – Periodisme - Bilingual Degree + International Business Program – Periodisme - Bilingual Degree + Ciències Polítiques – Publicitat i Relacions Públiques	– Periodisme, Comunicació Digital i Noves Tecnologies – Postproducció Audiovisual	
UIC	– Comunicació Audiovisual – Periodisme – Publicitat i Relacions Públiques	– Projectes de Comunicació Online	– Ciències Humanes, Socials i Jurídiques
URL	– Cinema i Televisió – Periodisme – Publicitat i Relacions Públiques	– Ficció en Cinema i Televisió. Producció i Realització – Periodisme Avançat. Reporterisme – Estratègia i Creativitat Publicitàries – Comunicació Política i Social – Direcció d’Art en Publicitat – Producció i Comunicació Cultural	– Estudis Avançats de Comunicació
UVic	– Comunicació Audiovisual – Periodisme – Publicitat i Relacions Públiques		– Comunicació Digital Interactiva
Estudis interuniversitaris			
		– Arts Visuals i Educació (UB, UdG, Universidad de Granada) – Gestió de Continguts Digitals (UB-UPF) – Disseny i Comunicació (UPF-Elisava)	
TOTAL	Graus: 33	Màsters oficials: 24	Doctorats: 14

Nota: UAB: Universitat Autònoma de Barcelona; UB: Universitat de Barcelona; UdG: Universitat de Girona; UdL: Universitat de Lleida; UPC: Universitat Politècnica de Catalunya; UPF: Universitat Pompeu Fabra; URV: Universitat Rovira i Virgili; UOC: Universitat Oberta de Catalunya; UAO-CEU: Universitat Abat Oliba-CEU; UIC: Universitat Internacional de Catalunya; URL: Universitat Ramon Llull; UVic: Universitat de Vic.

Font: elaboració pròpia a partir de SECRETARIA D’UNIVERSITATS I RECERCA DEL DEPARTAMENT D’ECONOMIA I CONEIXEMENT DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA [En línia]. www.webcitation.org/6Hvrx043B; UB, www.ub.edu; UdG, www.udg.edu; UdL, www.lletres.udl.cat; UPC, www.upc.edu; UPF, www.upf.edu; URV, www.urv.cat; UOC, www.uoc.cat; UAO-CEU, www.uao.es; UIC, www.uic.es; URL, www.blanquerna.url.edu; UVic, www.uvic.cat, i la verificació feta per les autores a cada universitat.

Vic (UVic) segueixen amb els estudis de Comunicació Audiovisual, Periodisme, i Publicitat i Relacions Públiques, mentre que la Universitat Ramon Llull (URL) consolida els estudis de Cinema i Televisió, Periodisme, i Publicitat i Relacions Públiques.²⁰

En síntesi, el curs 2012–2013 s'imparteixen a Catalunya 33 graus de comunicació, que corresponen a un total de 15 titulacions diferents, impartides per les 12 universitats catalanes, a través de 17 facultats i escoles superiors (vegeu la taula 2); un grau més que en el bienni anterior. La UB i la UAO-CEU són les que imparteixen més graus, amb quatre; la UAB, la UdG, la UPF, la URV, la UIC, la URL i la UVic n'imparteixen tres cadascuna, la UOC, dos, mentre que la UdL i la UPC n'imparteixen un cadascuna.

Taula 2. Relació de l'oferta dels estudis de grau de comunicació impartits a Catalunya, per titulacions (curs 2012–2013)

Titulacions de grau	Universitats públiques							U. no pres. ^A UOC	Universitats privades				Total
	UAB	UB	UdG	UdL	UPC	UPF	URV		UAO-CEU	UIC	URL	UVic	
Audiovisual i Multimèdia			X										1
Cinema i Mitjans Audiovisuales		X											1
Cinema i Televisió										X			1
Comunicació								X					1
Comunicació Audiovisual	X	X				X	X			X		X	6
Comunicació i indústries culturals		X											1
Comunicació i Periodisme Audiovisuales				X									1
Comunicació Cultural			X										1
Comunicació i Mitjans Audiovisuales					X								1
Comunicació Multimèdia								X					1
Periodisme	X					X	X			X	X	X	6
Periodisme-Bilingual Degree										X			1
Periodisme-Bilingual Degreee + International Business Program										X			1
Periodisme-Bilingual Degree + Ciències Polítiques										X			1
Publicitat i Relacions Públiques	X	X	X			X	X			X	X	X	9
TOTAL	3	4	3	1	1	3	3	2	4	3	3	3	33

^AU. no pres.: universitats no presencials.

Font: elaboració pròpia a partir de SECRETARIA D'UNIVERSITATS I RECERCA DEL DEPARTAMENT D'ECONOMIA I CONEIXEMENT DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA [En línia]. www.webcitation.org/6HVrX043B; UAB: www.uab.cat; UB: www.ub.edu; UdG: www.udg.edu; UdL: www.lletres.udl.cat; UPC: www.upc.edu; UPF: www.upf.edu; URV: www.urv.cat; UOC: www.uoc.cat; UAO-CEU: www.uao.es; UIC: www.uic.es; URL: www.blanquerna.url.edu; UVic: www.uvic.cat, i la verificació feta per les autores a cada universitat.

Durant el bienni, s'han produït canvis organitzatius d'algunes institucions i departaments. A la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, que durant el bienni anterior s'havia desdoblada de dos a quatre departaments, el Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat II va passar a denominar-se, a partir d'octubre de 2011, Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual.²¹ En conseqüència, el Departament de

Comunicació Audiovisual i Publicitat I recupera el nom original i passa a anomenar-se Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.²²

Paral·lelament, la Universitat de Barcelona ha reestructurat els plans d'estudis de l'ensenyament de Comunicació Audiovisual, que s'han deixat d'impartir a la Facultat de Formació del Professorat, i s'incorporen com a estudis de la Facultat de Biblioteconomia i Documentació, tot i que la Facultat de Formació del Professorat manté el màster d'Arts Visuals i Educació, impartit juntament amb la Universitat de Girona i la Universidad de Granada.

Per la seva banda, la Universitat Pompeu Fabra iniciarà al curs 2013–2014 una política d'impuls de dobles titulacions, entre les quals destaquen els graus en Periodisme (itinerari Humanitats) + Humanitats i en Humanitats + Periodisme (itinerari Humanitats), amb una durada total de cinc cursos acadèmics.²³ Per la seva banda, la Universitat Autònoma de Barcelona ha anunciat l'aprovació de les dobles titulacions de grau en Ciència Política + Periodisme i en Dret + Periodisme,²⁴ però encara no se n'ha acordat la data definitiva d'implantació.

22. Per a més informació sobre la divisió de departaments a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, vegeu el capítol "Els estudis de comunicació a Catalunya" de l'anterior informe.

23. I en la línia de crear sinergies, per primera vegada s'impartirà també un nou grau en Filosofia, Política i Economia, una titulació conjunta entre la UAB, la UPF, la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) i la Universitat Carlos III de Madrid (UC3M), que formen l'Alianza de las 4 Universidades. Font: ALIANCE4UNIVERSITIES [En línia]. www.webcitation.org/6HfBZsb5b; EUROPA PRESS (2013): "La UPF ofrece 23 grados universitarios con una apuesta por las dobles titulaciones" [En línia]. 13 de març. www.webcitation.org/6HfBkhECg; UNIVERSITAT POMPEU FABRA [En línia]. www.webcitation.org/6I2KqTpCm

24. FONT: UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA (2013): "La UAB vuelve a los salones del 'Ensayamiento' i 'Futura'" [En línia]. 8 de març. www.webcitation.org/6I0Lej5mt

25. Les autores volen agrair a Marta Vidal, Yago Sixto i Francesc Abad, de la Secretaria d'Universitats i Recerca de la Generalitat de Catalunya, i a Antoni Borfo i Esteban Alcántara, de l'Oficina de Gestió de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona, les dades facilitades sobre l'accés i matriculació dels estudiants de comunicació a Catalunya.

26. GENERALITAT DE CATALUNYA (2012): "Andreu Mas-Colell inaugura el curs acadèmic 2012–2013 del sistema universitari català a la Universitat Pompeu Fabra" [En línia]. Nota de premsa, 17 de setembre. www.webcitation.org/6HXYcX7xW

3.2. L'oferta i la demanda dels estudis de grau de comunicació a Catalunya²⁵

Des l'origen de la primera llicenciatura en Ciències de la Informació (Periodisme), el curs 1971–1972, el panorama dels estudis de comunicació s'ha multiplicat, tant en titulacions com en nombre d'estudiants inscrits, fins arribar, al curs 2012–2013, a 33 graus d'un total de 15 titulacions diferents, amb 10.661 estudiants si se sumen tots els cursos, segons dades facilitades per la Secretaria d'Universitats i Recerca de la Generalitat de Catalunya (vegeu la taula 3). Es tracta d'unes xifres que sobten perquè molts d'aquests estudiants ja compten que no podran ser absorbits pel mercat laboral (Micó, dir., 2012).

En l'obertura del curs acadèmic 2012–2013, el conseller d'Economia i Coneixement, Andreu Mas-Colell, presentava les previsions que a Catalunya es comptaria amb 457 titulacions i a l'entorn d'uns 240.000 estudiants.²⁶ Si contrastem aquestes previsions amb les dades de la taula 3, les 15 titulacions en comunicació representen un 3,28% del total de l'oferta dels estudis universitaris catalans i els 10.661 estudiants matriculats — dels quals 3.157 són alumnes de nou ingrés de grau —, un 4,44% del total de l'alumnat.

Si analitzem el conjunt de l'oferta respecte a la demanda, a partir de la documentació que hem sol·licitat a la Secretaria d'Universitats i Recerca, es visualitza que els estudis de comunicació presencials tendeixen a tenir més demanda que oferta en les universitats públiques, mentre que en les universitats privades no sempre és així. En aquest sentit, el curs 2012–2013 el cas de major demanda el trobem en els 439 alumnes que volien accedir a primer curs de Periodisme a la UAB, per a un total de 295 places, en contrast amb els 57 alumnes que van demanar fer aquests estudis a la Universitat Rovira i Virgili on només s'ofereixen 30 places per curs. La Universitat de Vic, la Universitat Abat Oliba-CEU i la Internacional de Catalunya no arribaven a cobrir, amb les matrícules totals d'estudiants de nou ingrés de grau, les places ofertes.

Taula 3. Relació de l'oferta de places de primer curs de grau i matrícula total en els estudis de Comunicació a les universitats de Catalunya (curs 2012–2013)

Universitat	Graus	Accés i matriculació a primer curs de grau				Estudiants totals matriculats	
		Demanda en primera opció	Places inicialment ofertes	Matrícula total estudiants nou ingress	Variació (segons previsió inicial)	(tots els cursos de cada titulació)	
Universitats públiques							
UAB	Comunicació Audiovisual	116	80	86	+6	235	1.308
	Periodisme	439	295	293	-2	829	
	Publicitat i Relacions Públiques	189	80	81	+1	244	
UB	Cinema i Mitjans Audiovisuals	108	90	106	+16	352	1.167
	Comunicació Audiovisual	117	60	63	+3	181	
	Comunicació i Indústries Culturals	145	100	120	+20	169	
UdG	Publicitat i Relacions Públiques	194	120	127	+27	465	717
	Audiovisual i Multimèdia	56	50	64	+14	218	
	Comunicació Cultural	48	40	51	+11	171	
UdL	Publicitat i Relacions Públiques	123	80	83	+3	328	182
	Comunicació i Periodisme Audiovisuals	75	50	59	+9	182	
UPC	Mitjans Audiovisuals	174	160	169	+9	562	562
UPF	Comunicació Audiovisual	184	80	94	+14	350	996
	Periodisme	202	80	85	+5	307	
	Publicitat i Relacions Públiques	242	80	88	+8	339	
URV	Comunicació Audiovisual	56	30	35	+5	111	361
	Periodisme	57	30	35	+5	123	
	Publicitat i Relacions Públiques	62	30	40	+10	127	
Universitats no presencials							
UOC ^A	Comunicació	n. d. ^B	1.000	424	n. d.	1.409	3.049
	Multimèdia	n. d.	2.000	482	n. d.	1.604	
Universitats privades							
UAO-CEU	Periodisme	67	40	14	-26	45	134
	Publicitat i Relacions Públiques	90	50	20	-30	89	
UIC	Comunicació Audiovisual	n. d.	60	35	-25	107	308
	Periodisme	n. d.	60	25	-35	75	
	Publicitat i Relacions Públiques	n. d.	60	38	-22	126	
URL	Cinema i Televisió	n. d.	n. d.	2	n. d.	248	1.363
	Cinema i Televisió/Periodisme/ Publicitat i Relacions Públiques ^C	n. d.	300	323	+23	327	
	Periodisme	n. d.	n. d.	1	n. d.	370	
UVic	Publicitat i Relacions Públiques	n. d.	n. d.	7	n. d.	418	514
	Comunicació Audiovisual	18	60	25	-35	161	
	Periodisme	32	60	48	-12	189	
	Publicitat i Relacions Públiques	24	60	34	-26	164	
Total		n. d.	n. d.	3.157	n. d.		10.661

Nota: dades provisionals, pendents de tancament oficial del curs acadèmic 2012–2013. No s'aporta la suma total de la demanda dels graus en comunicació en primera opció, perquè no s'ha obtingut part de les xifres corresponents als estudis en centres privats.

^A La UOC ha establert la xifra de places inicialment ofertes en termes maximalistes. No se sumen amb la resta d'universitats per no distorsionar els resultats. La matrícula total d'estudiants de nou ingress de la UOC inclou les inscripcions de setembre de 2012 i febrer de 2013.

^B n. d.: dades no disponibles.

^C Les dades de la URL estan desagregades.

Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per la Secretaria d'Universitats i Recerca de la Generalitat de Catalunya. Per a les dades relatives a les places de la UOC inicialment ofertes s'ha contrastat també la informació amb el web "Què i per què estudiar a les universitats catalanes" de la Secretaria d'Universitats i Recerca [En línia]. www.webcitation.org/6HzJ18U9U; www.webcitation.org/6HzJ6ki4a, i comunicació personal amb Ferran Lalueza (UOC), juliol de 2013.

Si analitzem la variació entre l'oferta de places i les matriculacions de nou accés de grau al curs 2012–2013, a les universitats públiques es matriculen un total de 167 alumnes més dels inicialment previstos, mentre que a la suma de l'oferta global de les universitats privades presencials es viu una davallada de les matriculacions previstes en 188 alumnes. La Universitat Ramon Llull n'és l'única excepció, amb un augment de 23 alumnes respecte a l'oferta global de 300 places de primer curs en les tres titulacions que ofereix.

El cas de la Universitat Oberta de Catalunya mereix una atenció especial. Segons fonts de la mateixa universitat, en tractar-se d'uns estudis no presencials, "adapta la seva oferta a la demanda existent

Malgrat la polivalència que el mercat exigeix als periodistes i comunicadors del sector audiovisual, els canvis tecnològics de les darreres dècades i els eixos comuns en els plans d'estudi justifiquen una denominació més precisa que diferencii aquestes titulacions



en cada moment, de manera que la xifra límit de places ofertes a la memòria dels estudis no es correspon amb la xifra d'admissions real".²⁷

Segons el conseller Andreu Mas-Colell, "cada universitat ha de cercar la seva especificitat i decidir on vol concentrar esforços tot detectant i reforçant els seus potencials d'excel·lència. Les nostres universitats han de saber trobar aquells àmbits en els quals es poden especialitzar" (MAS-COLELL, 2012: 3).

Tot i que el que veritablement distingeix els estudis de grau d'una institució universitària d'una altra són els plans d'estudi, els futurs alumnes s'acostumen a decidir a partir de la informació pública que difon cada universitat. Partint d'aquesta premissa, si comparem les definicions de les sortides professionals dels 33 graus de comunicació que actualment s'imparteixen a Catalunya i que recollim en el capítol, costa de percebre la diferència real que suposa estudiar Publicitat i Relacions Públiques a cada una de les nou universitats que l'imparteixen o la diferència de graduar-se en Comunicació respecte de Comunicació Audiovisual, Comunicació i Periodisme Audiovisuals o Comunicació i Mitjans Audiovisuals (CIVIL I SERRA, REGUERO I JIMÉNEZ, 2013). Malgrat la polivalència que el mercat exigeix als periodistes i comunicadors del sector audiovisual, els canvis tecnològics de les darreres dècades i els eixos comuns en els plans d'estudi justifiquen una denominació més precisa que diferencii aquestes titulacions.

3.3. Els estudis de segon cicle: reducció de l'oferta durant el bienni

La multiplicació dels màsters per captar alumnes en el marc de l'EEES no s'ha donat en el cas dels estudis oficials, com mostra la desaparició de nou titulacions respecte al bienni anterior. La UOC deixa d'impartir els recentment iniciats màsters en Periodisme Digital i Direcció de Projectes de Comunicació Digital (amb *El Periódico* i Lavinia) i en Entreteniment (amb TV3); la UAO-CEU retira els màsters en Periodisme Esportiu, Polític i Social i en Direcció de Comunicació en les Organitzacions, i la UVic es queda sense oferta de segon cicle en anul·lar els màsters en Comunicació Digital Interactiva i Tecnologies Aplicades de la Informació. Així mateix, desapareix el màster interuniversitari en Innovació i Qualitat Televisives (de TV3), impartit per les universitats Autònoma de Barcelona i Pompeu Fabra. D'altra banda, la URV ha reorientat el màster en Comunicació Política, Institucional i Corporativa en Entorns de Crisi i Risc, ara anomenat màster en Comunicació Estratègica en la Societat de Risc (MASTERDEC).

Enfront dels nou títols que desapareixen, se n'ofereixen dos de nous: els màsters en Mitjans, Comunicació i Cultura (UAB) i en Gestió i Comunicació d'Entitats Socials i Solidàries (UAO-CEU), tot i que aquest darrer no s'imparteix des de l'àrea de Comunicació sinó des de les Ciències Econòmiques i Empresarials.

27. Font: Ferran Lalueza, director dels programes de Comunicació i Publicitat i Relacions Públiques dels Estudis de la Informació i la Comunicació de la UOC. Comunicació personal, juliol de 2013.

L'Escola Superior de Cinema de Catalunya (ESCAC), adscrita a la UB, iniciarà el curs 2013–2014 el primer màster oficial en Cinematografia, dirigit a persones amb experiència professional prèvia i que respon a la necessitat d'una formació especialitzada d'un sector que reclamava aquest ensenyament des de feia anys.

A banda dels màsters oficials, les universitats poden oferir màsters propis o no homologats, a més de diplomes de postgrau i altres cursos de formació contínua. En aquest cas, l'oferta es dispara. A tall d'exemple, a la UAB, degana dels estudis de comunicació, en podem comptabilitzar una seixantena, mentre la UdL i la URV no n'ofereixen cap d'especialitzat en comunicació. En aquesta modalitat s'inclouria també el nou programa de Gestió Empresarial i Direcció de Comunicació, impartit per la universitat IE, en col·laboració amb Dircom Catalunya, que s'ha iniciat a Barcelona el curs 2012–2013, traslladant a la capital catalana uns estudis que ja impartia a Madrid.

3.4. Els estudis de tercer cicle: els més estables en el context de canvi

Si en els dos biennis anteriors es mantenia l'oferta d'estudis de doctorat malgrat que es retiraven quatre titulacions de les universitats públiques (UB i UPF), el curs 2012–2013 l'oferta minva subtilment amb la unificació dels dos programes de doctorat de la UPF: els programes de Comunicació Social i de Tecnologies de la Informació, la Comunicació i els Mitjans Audiovisuals s'agrupen en el programa de Doctorat en Comunicació. Així mateix, el programa Comunicació Lingüística i Mediació Multilingüe es reorienta en el doctorat en Traducció i Ciències del Llenguatge.

Pel que fa a la internacionalització dels estudis de tercer cicle, destaca el programa de doctorat en Mitjans, Comunicació i Cultura, amb inici el curs 2012–2013, coorganitzat per la Càtedra Unesco de Comunicació (InCom-UAB) i el Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura (UAB). Malgrat que ara per ara no és pròpiament interuniversitari, el programa s'ha dissenyat conjuntament amb les universitats Iberoamericana (Mèxic), de Lima (Perú), Javeriana de Bogotá (Colòmbia) i Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO, Mèxic).

4. Conclusions i reptes de futur

A Catalunya, durant el curs 2012–2013 es manté l'oferta de graus i es passa dels 32 graus del curs anterior a 33 graus, amb un nou estudi de Comunicació i Indústries Culturals a la Universitat de Barcelona. En el cas dels màsters oficials han desaparegut nou titulacions respecte el bienni anterior i el curs 2012–2013 se n'imparteixen 24, mentre l'oferta de programes de doctorat minva lleugerament i passa de 16 a 14. A partir de l'anàlisi de l'oferta i la demanda d'alumnes a primer grau d'aquestes titulacions, es percep la tendència que les universitats públiques concentren la major demanda i les universitats privades, a excepció de la Universitat Ramon Llull, no arriben a cobrir totes les vacants.

A Catalunya, durant el curs 2012–2013 es passa de 32 a 33 graus, amb un nou estudi de Comunicació i Indústries Culturals a la Universitat de Barcelona. Es redueix l'oferta de màsters oficials (que queda en 24) i minva lleugerament l'oferta de programes de doctorat (de 16 a 14).



El que sembla evident és que l'actual model, basat en una diversificació dels estudis, hauria de donar pas a una revisió de l'actual mapa dels estudis universitaris en comunicació. Aquesta revisió haurà de tenir en compte tant les necessitats geogràfiques i territorials, com necessitats socials en l'àmbit de la comunicació



En l'*Informe de la comunicació a Catalunya* del bienni anterior acabàvem el capítol recalcant la necessitat de coordinació a mitjà i llarg termini en relació amb l'oferta de graus i la de màsters oficials i doctorats. En el bienni abordat es confirma de nou la necessitat d'establir sinergies entre institucions, ja sigui entre facultats d'una mateixa universitat per oferir dobles titulacions, ja sigui per valorar la possibilitat de crear graus veritablement interuniversitaris. El que sembla evident és que l'actual model, basat en una diversificació dels estudis, hauria de donar pas a una revisió de l'actual mapa dels estudis universitaris en comunicació. Aquesta revisió haurà de tenir en compte tant les necessitats geogràfiques i territorials, en la línia de la Fundació Universitària del Bages, com necessitats socials en l'àmbit de la comunicació. Això darrer esdevé clau per no desvirtuar el rol de la universitat en la seva orientació a satisfer els interessos del mercat. Així mateix, seria adient una adaptació dels itineraris, fins i tot una actualització dels plans d'estudi, en funció del que els estudiants es trobaran al món laboral.

Pel que fa a l'increment de preus de matrícula dels estudis universitaris, seria desitjable que l'administració dissenyés unes polítiques estables per tal que els alumnes de nou ingress puguin preveure, en un cicle de quatre anys, quan els pot costar la carrera. Si s'opta per una política de preus variable, d'un curs a l'altre, a falta d'estudis que analitzin detalladament l'evolució, podria passar que es perdin alumnes a mig cicle o que n'hi hagi que ja no puguin accedir-hi.

En definitiva, aquest bienni ha estat marcat pel doble procés de consolidació del Pla de Bolonya i d'augment de la preocupació d'estudiants i docents universitaris pel futur de la professió en general i per la pèrdua de llocs de treball de l'ampli sector vinculat als mitjans de comunicació. Aquesta conjuntura es podria aprofitar per revisar l'última fase d'implantació dels estudis de l'Espai Europeu d'Educació Superior, amb el treball de final de grau. Si s'implementa d'una manera òptima pot ser una oportunitat perquè es dissenyin veritables sinergies entre la universitat, l'empresa i les necessitats socials en l'àmbit de la comunicació; a més de fomentar la investigació i la carrera docent dels estudiants.

5. Referències

ASSOCIACIÓ CATALANA D'UNIVERSITATS PÚBLIQUES (ACUP): *Impactes de les universitats públiques catalanes a la societat* [En línia]. Barcelona: ACUP. www.webcitation.org/6HSwsY06g

CIVIL I SERRA, Marta; REGUERO I JIMÉNEZ, Civil (2013): *Síntesi de les principals sortides professionals de les 15 titulacions de comunicació que s'imparteixen a Catalunya, definides per cada universitat (curs 2012–2013)* [En línia]. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Observatori de Polítiques de Comunicació de l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (OPC InCom-UAB). Document inèdit. www.webcitation.org/6HzGeMbh9

COMISIÓN DE EXPERTOS PARA LA REFORMA DEL SISTEMA UNIVERSITARIO ESPAÑOL (2013): *Propuestas para la reforma y*

mejora de la calidad y eficiencia del sistema universitario español [En línia]. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. www.webcitation.org/6Hxfztxgx

COMISIÓN EUROPEA (2013): *Documento de trabajo de los servicios de la Comisión. Evaluación del Programa Nacional de Reformas y del Programa de Estabilidad de España para 2013 que acompaña al documento Recomendación del Consejo relativa al Programa Nacional de Reformas de 2013 de España y por la que se emite un Dictamen del Consejo sobre el Programa de Estabilidad de España para 2012–2016 (SWD(2013) 359 final)* [En línia]. Brussel·les: Comisión Europea. www.webcitation.org/6HvtgXz5F

EUROPEAN COMMISSION (2013): *EU citizenship report 2013. EU citizens: your rights, your future* [En línia]. Brussel·les: European Commission, Directorate General for Justice. www.webcitation.org/6HdSPZuPS

MESA SECTORIAL DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ DE CATALUNYA (2013): *Propostes d'actuació davant la crisi del sector de la comunicació* [En línia]. Barcelona: Mesa Sectorial dels Mitjans de Comunicació de Catalunya. www.webcitation.org/6HVrwnsdm

MICÓ, Josep Lluís, dir. (2012): *Ninxols d'ocupació per a periodistes: crisi, oportunitats en el sector i necessitats de formació* [En línia]. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya; Digilab. Media, Strategy and Regulation (URL). www.webcitation.org/6HT1SAx0t

MAS-COLELL, Andreu (2012): "Discurs Conseller Mas-Colell. Inauguració del curs acadèmic 2012–2013. Universitat Pompeu Fabra. Dilluns, 17 de setembre de 2012" [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. www.webcitation.org/6I11wddej

SECRETARIA D'UNIVERSITATS I RECERCA (2012): *Bases d'un nou model universitari català. Actuacions estratègiques*. Barcelona: Secretaria d'Universitat i Recerca del Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

6. Annex. Directori d'institucions que imparteixen estudis universitaris oficials de comunicació a Catalunya (curs 2012–2013)²⁸

Universitats públiques

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA (UAB)

Facultat de Ciències de la Comunicació
Campus de la UAB / Edifici I
08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès)
Tel. +34 93 581 19 94
www.uab.es/comunicacio / slipi.comunicacio@uab.cat

UNIVERSITAT DE BARCELONA (UB)

Facultat de Formació del Professorat
Passeig de la Vall d'Hebron, 171 / Edifici del Migdia
08035 Barcelona
Tel. +34 93 403 51 18
www.ub.edu/fprofessorat / secretaria_ffpro@ub.edu

Facultat de Biblioteconomia i Documentació

Melcior del Palau, 140
08014 Barcelona
Tel. +34 93 403 57 70
www.ub.edu/biblio / bibdoc@ub.edu

Escola Superior de Relacions Públiques

Centre adscrit a la UB
Urgell, 187 / Recinte Universitat Industrial
08036 Barcelona
Tel. +34 93 321 54 62
www.esrp.net / esrp@esrp.net

Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya (ESCAC)

Centre adscrit a la UB
Colom, 84–90
08222 Terrassa
Tel. +34 93 736 15 55
www.escac.es / recepcio@escac.es
Màsters i postgraus:
Casanova, 2, 5è
08011 Barcelona
Tel. +34 93 487 92 08
www.escac.es / mastersypostgrados@escac.es

UNIVERSITAT DE GIRONA (UdG)

Facultat de Turisme
Departament de Filologia i Comunicació
Plaça de Ferrater Mora, 1
Campus Barri Vell
17071 Girona
Tel. +34 972 41 89 46
www.udg.edu/depfc / dir.depfc@udg.edu

Escola de Realització Audiovisual i Multimèdia (ERAM)

Centre adscrit a la UdG
Factoria Cultural Coma Cros
Sant Antoni, 1
17190 Salt
Tel. +34 972 40 22 58
www.eram.cat / eram@eram.cat

28. Aquest directori s'ha elaborat a partir de la informació oficial de la Secretaria d'Universitats i Recerca del Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat de Catalunya [En línia]. www.webcitation.org/6HVrX043B, les webs corporatives de les universitats, i la verificació feta per les autores a cada una de les institucions.

UNIVERSITAT DE LLEIDA (UdL)

Facultat de Lletres
Departament de Filologia Catalana i Comunicació
Plaça de Víctor Siurana, 1
25003 Lleida
Tel. +34 973 70 21 16
www.lletres.udl.cat / secretaria@filcat.udl.cat

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA (UPC)

Escola Universitària Politècnica de Mataró
Centre Adscrit a la UPC
Avinguda d'Ernest Lluch, 32
Porta Laietana
08302 Mataró
Tel. +34 93 169 65 00
www.tecnocampus.cat / info@tecnocampus.cat

UNIVERSITAT POMPEU FABRA (UPF)

Facultat de Comunicació
Edifici Roc Boronat (Campus de la Comunicació - Poblenou)
Roc Boronat, 138
08018 Barcelona
Tel. +34 93 542 14 63
www.upf.edu/facom / facultat.comunicacio@upf.edu

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI (URV)

Facultat de Lletres
Departament d'Estudis de Comunicació
Avinguda de Catalunya, 35
43002 Tarragona
Tel. +34 977 55 85 82
www.urv.cat/comunicacio / sdec@urv.cat

Universitats no presencials**UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA (UOC)**

Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació
Rambla del Poblenou, 156
08018 Barcelona
Tel. +34 93 326 36 00
www.uoc.edu / csolero@uoc.edu

Internet Interdisciplinary Institute (IN3)
Edifici Media-TIC
Roc Boronat, 117
08018 Barcelona
Tel. +34 93 450 52 00
http://in3.uoc.edu / ddoctorat@uoc.edu

Universitats privades**UNIVERSITAT ABAT OLIBA (UAO-CEU)**

Facultat de Ciències Socials
Bellesguard, 30
08022 Barcelona
Tel. +34 93 254 09 19
www.uaoceu.es / info@uao.edu

UNIVERSITAT INTERNACIONAL DE CATALUNYA (UIC)

Facultat de Ciències de la Comunicació

Edifici Beta - Campus Barcelona

Immaculada, 22

08017 Barcelona

Tel. +34 93 254 18 25

www.uic.es / infocom@uic.es

UNIVERSITAT RAMON LLULL (URL)

Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna

Valldonzella, 23

08001 Barcelona

Tel. +34 93 253 31 08 /

www.blanquerna.url.edu / infofcc@blanquerna.url.edu

UNIVERSITAT DE VIC (UVic)

Facultat d'Empresa i Comunicació

Sagrada Família, 7

08500 Vic

Tel. +34 93 881 61 69

www.uvic.cat/centres/FEC / deganat_fec@uvic.cat