

Els estudis universitaris i la recerca en comunicació

Marta Civil i Serra

Institut de la Comunicació de la
Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB)

A Catalunya, durant el bienni 2013–2014, els estudis universitaris han estat marcats per l'aprovació per part del Govern espanyol de la nova llei educativa LOMCE i d'un reial decret que obre la possibilitat que els graus, actualment de quatre anys de durada, puguin passar a ser de tres. Aquesta és una reivindicació històrica per equiparar-nos a la resta de països europeus, però que ha provocat desconcert sobre què pot significar en un futur. El capítol descriu l'evolució de l'oferta i la demanda dels graus en comunicació a les dotze universitats catalanes (set de públiques i cinc de privades) i, per primera vegada, aporta dades sobre matriculació a màsters oficials i doctorats. En l'àmbit de la recerca en comunicació, el capítol analitza l'entrada en vigor del programa europeu Horitzó 2020, els projectes d'R+D catalans finançats pel Govern estatal, el nou mapa de grups de recerca especialitzats reconeguts per la Generalitat de Catalunya i la producció científica de tesis doctorals en comunicació defensades durant el bienni.

CIVIL I SERRA, Marta (2015): "Els estudis universitaris i la recerca en comunicació", a CIVIL I SERRA, Marta; CORBELLA CORDOMÍ, Joan M.; FERRÉ PAVIA, Carme; SABATÉ I SALAZAR, Joan, eds: *Informe de la comunicació a Catalunya 2013–2014*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 4, pàgs. 273–294. e-Pub gratuït a <http://dogc.gencat.cat/web/.content/Publicacions/docs/InformeDeLaComunicacioACatalunya13-14.epub>

1. Introducció¹

Les polítiques públiques d'ensenyament i recerca en l'àmbit català, espanyol i europeu s'acosten durant el bienni 2013–2014 per alinear-se amb la finalitat d'optimitzar recursos, evitar duplicitats i crear sinèrgies que permetin més competitivitat i especialització, una tendència que ja apuntàvem en l'edició anterior de l'*Informe*, però que en aquest bienni es reforça, sense que això hagi estat exempt de polèmiques.

En el pla metodològic, ens aproximem al nostre objecte d'estudi des de dues branques científiques: les ciències socials i jurídiques, i les arts i les humanitats.²

2. Els estudis universitaris de comunicació a Catalunya

2.1. Context europeu: de l'estratègia Europa 2020 al pla d'inversions Juncker

En l'àmbit dels estudis, la Comissió Europea reclama que la formació universitària en el marc de l'Espai Europeu d'Educació Superior (EEES), l'anomenat Pla de Bolonya, subscrit per 48 estats,³ respongui a les necessitats del món laboral i estableix com una de les prioritats la promoció de la internacionalització.

Durant el bienni es consolida el desplegament de l'estratègia Europa 2020,⁴ nascuda per fomentar l'ocupació i posicionar l'Europa dels 28⁵ al centre de les economies mundials.

El maig de 2013, l'Organització per a la Cooperació i Desenvolupament Econòmic (OCDE) presentava les previsions de creixement per a Espanya per al bienni 2013–2014, amb dades que empitjoraven respecte al novembre de 2012. Diagnosticava que l'atur encara no havia tocat sostre i situava la taxa de desocupació per a 2014 per sobre del 28%. També empitjorava el producte interior brut (PIB), que se situava en un -1,7% el 2013 i n'augurava una lleu remuntada del 0,4% per a 2014.⁶ Per a l'OCDE la via prioritària per superar la crisi a Espanya era l'impuls del creixement, mentre que la Comissió Europea considerava la formació professional i universitària la màxima garantia d'ocupació.

El novembre de 2014, el president de la Comissió Europea, Jean-Claude Juncker, presentava un pla d'inversions de 315.000 milions d'euros per al període 2015–2017, obert a la possibilitat que els estats, regions i municipis presentessin propostes d'inversió en xarxes de banda ampla, energètiques i de transport; educació, investigació i innovació; energies renovables i eficiència energètica, i creació d'ocupació per als joves.⁷ Caldrà esperar al proper bienni per comprovar l'abast d'aquesta iniciativa que pretén ser més realista que l'estratègia Europa 2020.⁸

2.2. Context espanyol: la LOMCE i un nou reial decret de flexibilització dels graus

A Espanya s'acceleren les decisions per complir els mandats europeus i fomentar l'optimització de recursos. Paral·lelament al desplegament

1. Aquest text s'ha elaborat en el marc del Grup Internacional d'Estudis sobre Comunicació i Cultura (Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona), reconegut com a grup de recerca consolidat per la Generalitat de Catalunya per al període 2014–2016 (referència 2014 SGR 1594). L'autora agraeix a l'Oficina de Gestió de la Informació i la Documentació de la Universitat Autònoma de Barcelona la informació facilitada sobre graus, màsters oficials i doctorats, procedent de l'aplicatiu Uneix (Secretaria d'Universitats i Recerca de la Generalitat de Catalunya).

2. Queden, doncs, fora del nostre estudi els ensenyaments i la recerca sobre tecnologies de la informació i la comunicació, multimèdia o videojocs adscrits a la branca científica de les Enginyeries i l'Arquitectura.

3. BOLOGNA PROCESS-EUROPEAN HIGHER EDUCATION AREA [En línia]. www.webcitation.org/6Z74Oy36o

4. EUROPEAN COMMISSION: Europe 2020 [En línia]. www.webcitation.org/6Z6hRmi1w

5. La Unió Europea passa a tenir 28 membres amb l'entrada de Croàcia l'1 de juliol de 2013.

6. OEDC (2014): *Education at a glance 2014. OECD indicators* [El línia]. París: OEDC Publishing. www.webcitation.org/6Z5Y1tcfq; CCMA.cat (2013): "L'OCDE situa l'atur per sobre del 28% el 2014 a Espanya". Barcelona: CCMA, 29 de maig. www.webcitation.org/6Z5fTPoTN

7. EUROPEAN COMMISSION (2014): "EU launches investment offensive to boost jobs and growth" [En línia]. Estrasburg: European Commission, 26 de novembre. www.webcitation.org/6Z6nEHd5D

8. L'estratègia Europa 2020, dissenyada el 2010, es marcava uns objectius concrets (3% del PIB en R+D; 40% de població de 30–34 anys amb formació universitària finalitzada) que no s'estan assolint, possiblement perquè no anava acompanyada d'instruments ni d'un pressupost concret per complir-la.

de l'Estratègia Universitat 2015 i al Reial decret-lei 14/2012 de racionalització de la despesa en l'àmbit educatiu, que ja recollíem en l'*Informe* anterior, el govern de Mariano Rajoy aprova la Llei orgànica 8/2013, de 9 de desembre, per a la millora de la qualitat educativa (LOMCE) (BOE, 10-12-2013), que modifica els sistemes educatius de primària, secundària, formació professional i l'accés a la universitat, incorpora proves de nivell al final de cada cicle educatiu, fa desaparèixer les proves d'accés a la universitat (PAU) i permet que, a partir del curs 2017-2018, cada universitat pugui crear proves d'accés pròpies.

Però el que suposa un veritable canvi estructural en el sistema universitari espanyol és l'aprovació, per part del Consell de Ministres, del Reial decret 43/2015, de 2 de febrer, pel qual es modifica el Reial decret 1393/2007, de 29 de octubre, d'ordenament dels ensenyaments universitaris oficials, i el Reial decret 99/2011, de 28 de gener, de regulació dels ensenyaments oficials de doctorat (BOE, 03-02-2015).

A grans trets, a Espanya i a Catalunya els estudis oficials de grau són cicles formatius de 240 crèdits ECTS (*european credit transfer system*), per a un període mínim d'estudi de quatre anys.⁹ Els màsters oficials poden ser de caràcter professional o acadèmic, amb una part teòrica i una de pràctica (de 60 a 120 crèdits), d'un any o dos de durada. Finalment, el nivell formatiu màxim s'adquireix amb els estudis de doctorat, als quals s'accedeix després d'haver cursat un màster, i en els quals l'alumne disposa de tres anys per elaborar el treball de tesi doctoral.

Amb el Reial decret 43/2015, de 2 de febrer, l'executiu espanyol obre la porta a la flexibilització de la durada dels estudis universitaris i permet que a partir del curs 2016-2017 convisquin graus de tres i quatre anys de durada amb màsters de dos anys, en funció de cada comunitat autònoma. Per al govern de Mariano Rajoy es tracta de respondre a una reivindicació històrica de la comunitat educativa, que reclamava l'equiparació de la durada dels graus als països de l'EEES: amb uns graus generalistes i una especialització reservada als màsters i doctorats.¹⁰ Deixa sense respondre, però, si això repercutirà en la qualitat formativa i en el cost total dels estudis.

2.3. Context català: el paper decisiu del Consell Interuniversitari de Catalunya

En l'àmbit de les polítiques públiques, la Generalitat de Catalunya executa el Pla de Govern 2013-2016 i, en l'àmbit específic dels estudis, destaca l'impuls de formació professional dual (que alterna la formació al centre educatiu amb la feina en una empresa) i el foment del sistema universitari i d'R+D+I.¹¹ També aplica l'estratègia Catalunya 2020 en compliment del mandat europeu¹² i aprova l'estratègia de recerca i innovació per a l'especialització intel·ligent de Catalunya (RIS3CAT), amb set àmbits sectorials líders, entre els quals destaca el de les indústries culturals i basades en l'experiència.

En relació al Reial decret 43/2015, de 2 de febrer, per a la flexibilització dels estudis de grau, el Consell Interuniversitari de Catalunya, integrat pel Govern, els rectors i els presidents dels consells socials de les dotze

9. Excepte per als estudis d'Arquitectura, Farmàcia o Veterinària (300 ECTS, 5 anys) i Medicina (360 ECTS, 6 anys). CONSELL DE L'ESTUDIANT DE LES UNIVERSITATS CATALANES (2014): *Informació sobre la modificació de títols: el 3+2* [En línia]. Barcelona: Consell Interuniversitari de Catalunya de la Generalitat de Catalunya. www.webcitation.org/6Z71Umd7C

10. Segons el Consell de l'Estudiantat de les Universitats Catalanes, l'any 2014 conviuen a l'EEES tres models educatius diferents: el de graus de 240 ECTS (Espanya, Àustria o Turquia); el de 180 ECTS (Bèlgica, Finlàndia o França), i el majoritari, que combina els dos models anteriors (Alemanya, Noruega o el Regne Unit).

11. GENCAT.CAT: "Pla de govern" [En línia]. www.webcitation.org/6Z7yja5fj. Al portal de la Generalitat, el ciutadà pot comprovar el nivell d'execució del pla, en compliment de la Llei 19/2014, del 29 de desembre, de transparència, accés a la informació pública i bon govern (DOGC, 31-12-2014).

12. DEPARTAMENT D'ECONOMIA I CONEIXEMENT (2014): *Estratègia Catalunya 2020. Balanç 2012-2014* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Desembre. www.webcitation.org/6Z81MPQJt

universitats catalanes, decideix el 27 de febrer de 2015, crear tres comissions (garantia de la qualitat acadèmica, garantia de finançament de les universitats i garantia de l'accés dels estudiants, preus i beques), per avaluar la implantació dels estudis de tres i quatre anys en el sistema universitari català i que comptarà també amb representants dels estudiants.¹³

Segons la Secretaria d'Universitats i Recerca, el repte principal no és decidir si els ensenyaments de comunicació es mantenen amb una durada de quatre anys o passen a ser de tres, sinó si es mantenen com a estudis de grau o s'han de convertir en matèria reservada per als màsters i doctorats.¹⁴ En aquest sentit, la Conferència de Degans dels Estudis de Comunicació de les Universitats Catalanes s'ha adherit al manifest de l'Associació Espanyola d'Universitats amb Titulacions d'Informació i Comunicació (ATIC), a favor dels estudis de grau de quatre anys i en contra d'una reforma aprovada "sense una discussió prèvia en el si de la comunitat universitària".¹⁵

13. DEPARTAMENT D'ECONOMIA I CONEIXEMENT (2015): Nota de premsa "Tres comissions estudiaran la implantació d'un model flexible de graus de 3 i 4 anys en el sistema universitari català" [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 27 de febrer. www.webcitation.org/6WvIfRoiA

14. GUITÉRREZ, Maite (2015): "Universitats planteja reducir los grados de Filología a tres años. Arquitectura, Turismo, Comunicación e Ingenierías, en el punto de mira" [En línia]. *La Vanguardia*, 16 de març, pàg. 28. www.webcitation.org/6ZlygFRE1

15. CONFERÈNCIA DE DEGANS DELS ESTUDIS DE COMUNICACIÓ DE LES UNIVERSITATS CATALANES (2015): *Comunicat de la Conferència de degans dels estudis de Comunicació de les universitats catalanes, 26 de març* [En línia]. Bellaterra: Conferència de Degans dels Estudis de Comunicació de les Universitats Catalanes. www.uab.cat/web/noticies/detall-noticia-1193208732549.html?noticiaid=1345683411969

16. BAQUERO, Camilo S. (2015): "La UB aprova fusionar les seves 18 facultats en deu àrees". *El País Catalunya* [En línia]. Barcelona: El País, 21 d'abril. www.webcitation.org/6YmtDCHsn

17. UOC.EDU (2014): "Nou patronat de la UOC amb majoria de patrons privats i presidit per Andreu Mas-Colell" [En línia]. Barcelona: UOC, 23 de juliol. www.webcitation.org/6Z8AjK3E2; SINDICATURA DE COMPTES DE CATALUNYA (2014): "Nota informativa sobre l'informe 16/2014, relatiu a la Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya. Exercici 2012" [En línia]. Barcelona: Sindicatura de Comptes de Catalunya, 1 d'octubre. www.webcitation.org/6Z8AxxCPw

18. UViC-UCC: "La institució" [En línia]. www.webcitation.org/6Z7M4CQ8c

2.4. Els principals canvis estructurals de l'organització universitària a Catalunya

Durant el bienni 2013–2014 s'imposen a Catalunya canvis estructurals en l'organització universitària que afecten tant institucions públiques com privades i que condicionen, de manera directa i indirecta, els estudis de comunicació.

A la Universitat de Barcelona (UB) es fusionen la Facultat de Formació del Professorat i la Facultat de Pedagogia en una nova Facultat d'Educació. En conseqüència, els estudis de Comunicació Audiovisual es deixen d'impartir a la Facultat de Formació del Professorat, i des del curs 2012–2013 s'adscriuen a la Facultat de Biblioteconomia i Documentació, mentre que els estudis de Comunicació i Indústries Culturals depenen de la Facultat de Filologia. Aquest procés per racionalitzar les despeses i afavorir la competitivitat de la UB seguirà amb el pla aprovat l'abril de 2015, que fusiona les divuit facultats i l'escola vigents el curs 2014–2015 en deu àrees, una de les quals és la d'Humanitats (amb Biblioteconomia i Documentació; Filologia; Filosofia; Geografia i Història, i altres Ciències Socials i de la Comunicació).¹⁶

La Universitat Oberta de Catalunya (UOC), nascuda l'any 1995 com a institució de règim jurídic privat amb esperit de servei públic, canvia el patronat i passa a ser considerada universitat privada.¹⁷

Un altre dels canvis estructurals que ja avançàvem en l'edició anterior de l'*Informe* és la conversió de la Universitat de Vic en Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya (UVic-UCC), que es formalitza l'any 2013 i es consolida durant 2014.¹⁸

2.5. L'evolució dels estudis de grau, màsters oficials i doctorats de comunicació

A Catalunya, durant el bienni 2013–2014 s'incrementa l'oferta de graus, màsters oficials i doctorats de comunicació adscrits a les branques de

ciències socials i humanitats. Dels 33 graus que havíem detectat en l'*Informe* anterior per al curs 2012–2013, passem a 38 graus i un total de 18 titulacions diferents per al curs 2013–2014 (vegeu la taula 1), segons dades de la Secretaria d'Universitats i Recerca, procedents de l'aplicatiu Uneix.

Entre les universitats públiques, la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) manté l'oferta dels estudis de Comunicació Audiovisual; Periodisme, i Publicitat i Relacions Públiques. La Universitat de Barcelona (UB) incorpora la doble titulació d'Informació i Documentació + Comunicació Audiovisual; i segueix impartint Cinema i Mitjans Audiovisuals; Comunicació Audiovisual; Comunicació i Indústries Audiovisuals, i Publicitat i Relacions Públiques. La Universitat de Girona (UdG) ofereix Audiovisual i Multimèdia; Comunicació Cultural, i Publicitat i Relacions Públiques. La Universitat de Lleida (UdL) segueix amb el grau en Comunicació i Periodisme Audiovisuals. La Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), a més de Mitjans Audiovisuals, incorpora els estudis de Multimèdia, adscrits a les ciències socials. La Universitat Pompeu Fabra (UPF) segueix amb Comunicació Audiovisual; Periodisme; i Publicitat i Relacions Públiques, i amplia l'oferta amb Màrqueting i Comunitats Digitals i la doble titulació Administració i Direcció d'Empreses i Gestió de la Innovació + Màrqueting i Comunitats Digitals. Al seu torn, la Universitat Rovira i Virgili (URV) segueix oferint els estudis de les tres llicenciatures clàssiques: Comunicació Audiovisual; Periodisme, i Publicitat i Relacions Públiques.

Si ens centrem en les universitats privades, a la Universitat Abat Oliba (UAO-CEU) hem detectat com a novetat el doble grau de Màrqueting i Direcció Comercial + Publicitat i Relacions Públiques; i se segueix impartint Periodisme; la doble titulació de Periodisme + Ciències Polítiques, i la de Publicitat i Relacions Públiques. La Universitat Internacional de Catalunya (UIC) manté els estudis de Comunicació; Periodisme, i Publicitat i Relacions Públiques, mentre que la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) manté l'oferta dels graus de Comunicació i Multimèdia. La Universitat Ramon Llull (URL) ofereix els estudis de Cinema i Televisió; Periodisme, i Publicitat i Relacions Públiques, mentre que la Universitat de Vic - Universitat Internacional de Catalunya (UViC-UCC), a més d'oferir Comunicació Audiovisual; Periodisme, i Publicitat i Relacions Públiques, estrena els estudis de Màrqueting i Comunicació Empresarial.

La URL, la primera a implantar els ensenyaments seguint la normativa de l'EEES, també és la primera a revisar-los i, per al curs 2015–2016 modificarà el grau de Cinema i Televisió vigent, que es passarà a denominar grau de Comunicació Audiovisual; el grau de Periodisme es convertirà en Periodisme i Comunicació Corporativa, i el grau de Publicitat i Relacions Públiques, en Publicitat, Relacions Públiques i Màrqueting.¹⁹

Els màsters en comunicació també augmenten durant el bienni. Dels 24 màsters en comunicació detectats el curs 2012–2013 es passa a 35 el curs 2013–2014. Entre les novetats, destaquen el màster en Cinematografia (impartit per l'Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya, adscrita a la UB); Comunicació Social; Estudis del Discurs: Comunicació,

**A Catalunya
durant el bienni
2013–2014
s'incrementa
l'oferta de graus,
màsters oficials
i doctorats de
comunicació
adscrits a les
branques de
ciències socials i
humanitats**



19. BLANQUERNA.EDU (2015): "Graus" [En línia]. www.webcitation.org/6ZA3jifhB

Societat i Aprenentatge; Gestió Estratègica de la Comunicació i les Relacions Públiques (UPF); Comunicació Política, Institucional i Corporativa en entorns de Crisi i Risc (URV); Aplicacions Multimèdia; Gestió Estratègica de la Informació i el Coneixement a les Organitzacions (UOC); Ficció en Cinema i Televisió Producció, Guió i Realització (URL), i Comunicació Digital Interactiva (UVic-UCC).

Pel que fa als doctorats en comunicació, el curs 2013–2014 també es viu un augment respecte al curs 2012–2013 i segons dades de la Secretaria d'Universitats i Recerca es passa de 14 a 16, amb la supressió del doctorat de Comunicació (URV) i la incorporació dels doctorats en Comunicació Social i Comunicació Lingüística i Mediació Multilingüe (UPF) i el d'Humanitats i Ciències Socials (UAO-CEU).

Taula 1. Estudis universitaris oficials de comunicació a Catalunya (curs 2013–2014)

Universitats	Graus	Màsters oficials	Doctorats
Universitats públiques			
UAB	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació Audiovisual – Periodisme – Publicitat i Relacions Públiques 	<ul style="list-style-type: none"> – Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat – Mitjans, Comunicació i Cultura – Recerca en Comunicació i Periodisme <p>Relacionats:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Adquisició de l'Anglès i Comunicació Intercultural – Psicologia de la Cognició i de la Comunicació – Tractament de la Informació i Comunicació Multilingüe 	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació Audiovisual i Publicitat – Comunicació i Periodisme – Continguts de Comunicació a l'Era Digital – Mitjans, Comunicació i Cultura – Publicitat i Relacions Públiques
UB	<ul style="list-style-type: none"> – Cinema i Mitjans Audiovisuals – Comunicació Audiovisual – Informació i Documentació – Comunicació Audiovisual – Comunicació i Indústries Culturals – Publicitat i Relacions Públiques 	<ul style="list-style-type: none"> – Cinematografia <p>Relacionats:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ensenyament i aprenentatge en entorns digitals – Lèxic i Comunicació Lingüística <p>(vegeu: estudis interuniversitaris)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Informació i Documentació en la Societat del Coneixement <p>Relacionats:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Formació del Professorat: Pràctica Comunicativa i Educació – Lèxic i Comunicació Lingüística
UdG	<ul style="list-style-type: none"> – Audiovisual i Multimèdia – Comunicació Cultural – Publicitat i Relacions Públiques 	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació i Estudis Culturals 	–
UdL	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació i Periodisme Audiovisuals 	–	–
UPC	<ul style="list-style-type: none"> – Mitjans Audiovisuals – Multimèdia 	–	–
UPF	<ul style="list-style-type: none"> – Administració i Direcció d'Empreses i Gestió de la Innovació + Màrqueting i Comunitats Digitals – Comunicació Audiovisual – Màrqueting i Comunitats Digitals – Periodisme – Publicitat i Relacions Públiques 	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació Social – Disseny i Comunicació – Estudis Avançats en Comunicació Social – Estudis de Cinema i Audiovisuals Contemporanis – Estudis del Discurs: Comunicació, Societat i Aprenentatge – Gestió Estratègica de la Comunicació i les Relacions Públiques <p>(vegeu: estudis interuniversitaris)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació – Comunicació Social <p>Relacionats:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Comunicació Lingüística i Mediació Multilingüe
URV	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació Audiovisual – Periodisme – Publicitat i Relacions Públiques 	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació Estratègica en la Societat del Risc – Comunicació Política, Institucional i Corporativa en Entorns de Crisi i Risc 	–

Continua >

Taula 1. Estudis universitaris oficials de comunicació a Catalunya (curs 2013–2014) (continuació)

Universitats	Graus	Màsters oficials	Doctorats
Universitats privades			
UAO-CEU	<ul style="list-style-type: none"> – Màrqueting i Direcció Comercial + Publicitat i Relacions Públiques – Periodisme – Periodisme + Ciències Polítiques – Publicitat i Relacions Públiques 	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació Digital i Noves Tecnologies – Postproducció Audiovisual 	<ul style="list-style-type: none"> – Humanitats i Ciències Socials
UIC	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació Audiovisual – Periodisme – Publicitat i Relacions Públiques 	–	<ul style="list-style-type: none"> – Ciències Humanes, Socials i Jurídiques
UOC	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació – Multimèdia 	<ul style="list-style-type: none"> – Aplicacions Multimèdia – Gestió Estratègica de la Informació i el Coneixement a les Organitzacions – Societat de la Informació i el Coneixement 	<ul style="list-style-type: none"> – Societat de la Informació i el Coneixement
URL	<ul style="list-style-type: none"> – Cinema i Televisió – Periodisme – Publicitat i Relacions Públiques 	<ul style="list-style-type: none"> – Comissariat d'Art en Nous Mitjans – Comissariat d'Art Digital – Comunicació Política i Social – Direcció d'Art en Publicitat – Estratègia i Creativitat Publicitàries – Ficció en Cinema i Televisió: Producció, Guió i Realització – Ficció en Cinema i Televisió: Producció i Realització – Periodisme Avançat: Reportersme – Producció i Comunicació Cultural 	<ul style="list-style-type: none"> – Estudis Avançats en Comunicació
UVic-UCC	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació Audiovisual – Màrqueting i Comunicació Empresarial – Periodisme – Publicitat i Relacions Públiques 	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació Digital Interactiva 	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicació Digital Interactiva
Interuniversitaris	–	<ul style="list-style-type: none"> – Arts Visuals i Educació (UB, UdG, Universidad de Granada) – Gestió de Continguts Digitals (UB, UPF) 	–
Total	38	35	16

Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per la Secretaria d'Universitats i Recerca de la Generalitat de Catalunya, extretes de l'aplicatiu Uneix.

En l'àmbit dels estudis interuniversitaris, trobem dos màsters oficials: Arts Visuals i Educació (UB, UdG, Universidad de Granada) i Gestió de Continguts Digitals (UB, UPF), que es porten fent des del curs 2008–2009. En canvi, no es detecten estudis de grau ni doctorats interuniversitaris.

Si ens centrem en les dades d'oferta i demanda dels estudis de comunicació per al curs 2013–2014 (vegeu la taula 2) podem comprovar que es manté la tendència detectada en l'*Informe* anterior: la demanda dels estudis de comunicació és superior a l'oferta a les universitats públiques, mentre que a les privades la tendència s'inverteix.

Taula 2. Relació de places de primer curs de grau i matrícula total en els estudis de Comunicació a les universitats de Catalunya (curs 2013–2014)

Universitats	Graus	Accés i matriculació a primer curs de grau			Estudiants totals matriculats (tots els cursos)	
		Demanda en primera opció	Places inicialment ofertes	Matrícula total estudiants nou ingrés	Subtotal	Total
Universitats públiques						
UAB	Comunicació Audiovisual	161	80	86	312	1.716
	Periodisme	428	295	297	1.088	
	Publicitat i Relacions Públiques	193	80	84	316	
UB	Cinema i Mitjans Audiovisuals	130	90	108	379	1.412
	Comunicació Audiovisual	168	50	77	241	
	Comunicació i Indústries Culturals	136	120	133	282	
	Informació i Documentació / Comunicació Audiovisual ^A	16	20	13	13	
	Publicitat i Relacions Públiques	226	120	138	497	
UdG	Audiovisual i Multimèdia	46	50	52	233	761
	Comunicació Cultural	37	40	49	192	
UdL	Publicitat i Relacions Públiques	121	80	88	336	211
	Comunicació i Periodisme Audiovisuals	56	60	61	211	
UPC	Mitjans Audiovisuals	169	160	160	619	815
	Multimèdia	46	80	46	196	
UPF	Administració i Direcció d'Empreses i Gestió de la Innovació + Màrqueting i Comunitats Digitals ^A	51	40	60	60	1.227
	Comunicació Audiovisual	239	80	88	372	
	Màrqueting i Comunitats Digitals	57	70	70	133	
	Periodisme	236	80	94	322	
	Publicitat i Relacions Públiques	301	80	90	340	
URV	Comunicació Audiovisual	55	40	46	125	420
	Periodisme	55	40	46	147	
	Publicitat i Relacions Públiques	70	40	46	148	
Universitats privades						
UAO-CEU	Màrqueting i Direcció Comercial + Publicitat i Relacions Públiques	s. d. ^B	s. d.	11	12	187
	Periodisme	s. d.	40	16	78	
	Periodisme / Ciències Polítiques ^A	s. d.	s. d.	4	10	
	Publicitat i Relacions Públiques	s. d.	40	12	87	
UOC	Comunicació	s. d.	1.000	399	1.576	3.224
	Multimèdia	s. d.	2.000	388	1.648	
UIC	Comunicació Audiovisual	s. d.	40	19	98	304
	Periodisme	s. d.	60	12	78	
	Publicitat i Relacions Públiques	s. d.	60	25	128	
URL	Cinema i Televisió	0	0	1	211	1.330
	Cinema i Televisió / Periodisme / Publicitat i Relacions Públiques ^C	s. d.	300	291	316	
	Periodisme	0	0	2	367	
	Publicitat i Relacions Públiques	0	0	1	436	
	Comunicació Audiovisual	19	50	39	159	
UVic-UCC	Màrqueting i Comunicació Empresarial	17	50	19	19	539
	Periodisme	27	60	37	178	
	Publicitat i Relacions Públiques	20	50	44	183	
Total	38			3.252	12.146	

^A Estudis de doble titulació.

^B s. d.: sense dades.

^C Al curs 2013–2014, la URL va oferir les places dels graus de Cinema i Televisió/Periodisme/Publicitat i Relacions Públiques de manera conjunta (primer curs troncal i a partir de segon l'alumne tria el grau que vol fer).

Nota: la taula recull els estudis de Ciències Socials i Humanitats i no inclou els estudis de Multimèdia adscrits a les branques de Ciències o d'Enginyeries.

Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per la Secretaria d'Universitats i Recerca de la Generalitat de Catalunya, extretes de l'aplicatiu Unexi.

En síntesi, els 38 graus de comunicació impartits per les dotze universitats públiques i privades han comptat per al curs 2013–2014, a Catalunya, amb 3.252 matriculats a primer curs de nou accés i 12.146 estudiants si sumem els diversos cursos. Aquestes dades suposen un augment respecte al curs 2012–2013 (amb 3.157 i 10.661 matriculats, respectivament) i confirmen l'interès creixent d'aquests estudis.

Taula 3. Oferta de màsters oficials en Comunicació i estudiants matriculats a les universitats de Catalunya (curs 2013–2014)

Universitats	Màsters oficials	Estudiants matriculats	
Ciències Socials			
Universitats públiques			
UAB	Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat	28	66
	Mitjans, Comunicació i Cultura	2	
	Psicologia de la Cognició i de la Comunicació	5	
	Recerca en Comunicació i Periodisme	31	
UB	Arts Visuals i Educació: un Enfocament Construcccionista	25	92
	Ensenyament i Aprenentatge en Entorns Digitals	16	
	Gestió de Continguts Digitals	51	
UPF	Comunicació Social	13	100
	Disseny i Comunicació	20	
	Estudis Avançats en Comunicació Social	11	
	Estudis de Cinema i Audiovisual Contemporanis	53	
URV	Gestió Estratègica de la Comunicació i les Relacions Públiques	3	25
	Comunicació Estratègica en la Societat del Risc	24	
	Comunicació Política, Institucional i Corporativa en Entorns de Crisi i de Risc	1	
Universitats privades			
UAO-CEU	Comunicació Digital i Noves Tecnologies	15	28
	Postproducció Audiovisual	13	
UOC	Aplicacions Multimèdia	199	398
	Gestió Estratègica de la Informació i el Coneixement a les Organitzacions	19	
	Societat de la Informació i el Coneixement	180	
URL	Comunicació Política i Social	14	76
	Direcció d'Art en Publicitat	6	
	Estratègia i Creativitat Publicitàries	16	
	Ficció en Cinema i Televisió: Producció, Guió i Realització	9	
	Ficció en Cinema i Televisió: Producció i Realització	4	
	Periodisme Avançat: Reporterisme	15	
UVic-UCC	Producció i Comunicació Cultural	11	3
	Comunicació Digital Interactiva	3	
Humanitats			
Universitats públiques			
UAB	Adquisició de l'Anglès i Comunicació Intercultural	1	8
	Tractament de la Informació i Comunicació Multilingüe	7	
UB	Cinematografia	17	30
	Lèxic i Comunicació Lingüística	13	
UdG	Comunicació i Estudis Culturals	18	18
UPF	Estudi del Discurs: Comunicació, Societat i Aprenentatge	11	11
Universitats privades			
URL	Comissariat d'Art en Nous Mitjans	1	8
	Comissariat d'Art Digital	7	
Total	35 màsters oficials		854

Nota: els programes de màster oficial que el curs 2013–2014 simultaniejaven alumnes de plans d'estudis d'anys diferents s'han comptabilitzat com una única oferta de màster.

Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per la Secretaria d'Universitats i Recerca de la Generalitat de Catalunya, extretes de l'aplicatiu Uneix. Per als estudis de l'ESCAC, Alex Rademakers, coordinador del màster oficial de Cinematografia. Comunicació personal, 12-05-2015. Per als estudis de tercer cicle de la UIC, Oficina d'Informació Campus de Barcelona (UIC). Comunicació personal, 22-05-2015.

En relació als màsters oficials en comunicació, per al curs 2013–2014, el total de 35 títols oferts aconseguixen atraure 854 alumnes, unes xifres que es concentren quantitativament a la UOC, a la UPF i a la UB (vegeu la taula 3).

Si ens centrem en els estudis de doctorat en Comunicació a Catalunya, durant el curs 2013–2014 també augmenta lleugerament l'oferta, que passa de 14 a 16 programes respecte al curs 2012–2013, amb un total de 448 alumnes matriculats (vegeu la taula 4). De l'àmbit de les ciències socials, la universitat que acull més alumnes és la UPF, amb 94; seguida per la UB, amb 81; la UAB, amb 68; la UIC, amb 64; la UO-CEU, amb 45; la UOC, amb 19, i la UVic-UCC, amb 12. Entre els dos estudis de doctorat en comunicació adscrits a les humanitats trobem la UPF, amb 54, i la UB, amb 11.²⁰

Taula 4. Oferta de doctorats en comunicació i estudiants matriculats a les universitats de Catalunya (curs 2013–2014)

Universitats	Estudis de doctorat	Estudiants matriculats	
Ciències Socials			
Universitats públiques			
	Comunicació Audiovisual i Publicitat	2	
	Comunicació i Periodisme	30	
UAB	Continguts en Comunicació en l'Era Digital	14	68
	Mitjans, Comunicació i Cultura	11	
	Publicitat i Relacions Públiques	11	
UB	Formació del Professorat: Pràctica Educativa i Comunicació	46	81
	Informació i Documentació en la Societat del Coneixement	35	
UPF	Comunicació Social	53	94
	Comunicació	41	
Universitats privades			
UOA-CEU	Humanitats i Ciències Socials	45	45
UIC	Ciències Humanes, Socials i Jurídiques	64	64
UOC	Societat de la Informació i el Coneixement	19	19
URL	Estudis Avançats en Comunicació	s. d. ^A	s. d.
UVic-UCC	Comunicació Digital Interactiva	12	12
Humanitats			
Universitats públiques			
UB	Lèxic i Comunicació Lingüística	11	11
UPF	Comunicació Lingüística i Mediació Multilingüe	54	54
Total	16 doctorats		448

^A s. d.: sense dades.

Font: elaboració pròpia a partir de dades facilitades per la Secretaria d'Universitats i Recerca de la Generalitat de Catalunya, extretes de l'aplicatiu Uneix. Per a dades de la UOC, Àrea de Comunicació, Comunicació personal, 20–05–2015.

20. A mode de context, per al curs 2013–2014, el nombre total d'estudiants matriculats als 460 graus que s'impartiren a Catalunya, en les diverses disciplines, va ser de 189.138 alumnes; el total de matriculats en els diversos màsters oficials, 21.971; i els estudiants de nou ingrés de doctorat 15.063, segons dades de la Secretaria d'Universitats i Recerca (Generalitat de Catalunya), procedents de l'aplicatiu Uneix.

Per la seva banda, la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), universitat virtual d'àmbit estatal, segueix sense oferir estudis de grau en comunicació el curs 2013–2014, però imparteix sis màsters oficials (màster interuniversitari en Sostenibilitat i Responsabilitat Social Corporativa, amb la Universitat Jaume I, de Castelló; màster en Comunicació, Cultura, Societat i Polítiques; màster en Protocol; màster en Comunicació i Educació a la Xarxa; màster en Comunicació Audiovisual del Sistema Públic, i màster en TIC en l'Ensenyament i el Tractament de les Llengües) i un doctorat (Comunicació i Educació en Entorns Digitals).²¹

2.6. Vincle amb la professió, la indústria i la transferència a la societat

Tal com avançàvem en l'*Informe* anterior, el maig de 2013 es presentava la Mesa Sectorial dels Mitjans de Comunicació de Catalunya amb el document *Propostes d'actuació davant la crisi del sector de la comunicació*. Entre les actuacions del bienni destaca la proposta de creació d'un nou epígraf específic per part del Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC) que englobi les diverses categories professionals vinculades amb la comunicació. Fins ara no existia i la mesa confia a implantar-lo també a l'institut estatal d'ocupació, l'INEM. Aquesta iniciativa ha comptat amb el suport del Col·legi de Periodistes de Catalunya, el Col·legi Professional de l'Audiovisual de Catalunya i el Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques, entre altres institucions.²²

Paral·lelament, el juny de 2013 es va presentar el Clúster de la Indústria Audiovisual de Catalunya, per convertir l'audiovisual en “un dels sectors industrials, econòmics i culturals estratègics del país per generar riquesa”,²³ amb el suport d'universitats i centres de recerca de l'àmbit de la comunicació audiovisual.

D'altra banda, l'Ajuntament de Barcelona i la Generalitat de Catalunya creen, la primavera de 2015, el Consell Assessor Municipal d'Universitats, amb “l'objectiu de consolidar Barcelona com a ciutat referent en l'economia del coneixement”, en col·laboració amb nou universitats de l'àrea barcelonina (UAB, UB, UPC, UPF, UAO-CEU, UIC, UOC, URL i UVic-UCC), totes amb estudis de comunicació.²⁴

3. La recerca en comunicació a Catalunya

3.1. Els projectes d'R+D+I competitius

Amb l'entrada en vigor del Pla Estatal d'Investigació Científica, Tècnica i d'Innovació (2013–2016),²⁵ el Ministeri d'Economia i Competitivitat va impulsar l'any 2013 quatre programes que marquen la política científica, en la línia del programa marc europeu Horitzó 2020, entre els quals destaquen el Programa Estatal de Foment de la Investigació Científica i Tècnica d'Excel·lència i el Programa Estatal d'R+D+I Orientada als Reptes de la Societat.

En conseqüència, a partir de 2013 el Ministeri d'Economia i Competitivitat substitueix les convocatòries de recerca fonamental no orientada en dues modalitats: Excel·lència, destinada a “projectes d'R+D que suposin un avenç significatiu del coneixement”, i Reptes de la Societat, que es proposa donar resposta a vuit reptes socials europeus plantejats en l'àmbit de la salut; seguretat i qualitat alimentària; energia segura; transport sostenible; acció de canvi climàtic; canvis i innovacions socials; economia i societat digital, i seguretat, protecció i defensa. Una de les novetats principals és que els projectes poden tenir una durada d'entre dos i quatre anys i no estan condicionats a tres, com en convocatòries anteriors.

21. UNED: “Oferta de másteres universitarios oficiales (EEES) 2013/2014” [En línia]. www.webcitation.org/6Z7N0V78f; UNED: “Oferta de doctorados EEES 2013/2014” [En línia]. www.webcitation.org/6Z7NHdsLf

22. MESA SECTORIAL DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ DE CATALUNYA (2014): *Llistat de propostes de categories professionals sobre Comunicació per al Servei d'Ocupació de Catalunya, a proposta de la Mesa Sectorial dels Mitjans de Comunicació de Catalunya* (2014) [En línia]. Barcelona: Mesa Sectorial dels Mitjans de Comunicació de Catalunya. www.webcitation.org/6Z4yTRGNu. Joan Barrera, secretari tècnic de la Mesa Sectorial dels Mitjans de Comunicació de Catalunya. Comunicació personal, 24–02–2015.

23. CLUSTERAUDIOVISUAL.CAT [En línia]. www.webcitation.org/6Z9w0gN5X

24. GOVERN.CAT (2015): “Neix el Consell Assessor Municipal de Barcelona per consolidar Barcelona com a ciutat referent de l'economia del coneixement” [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 7 d'abril. www.webcitation.org/6YnDLpys

25. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (2013): *Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación (2013–2016)* [En línia]. Madrid: Ministerio de Economía y Competitividad. www.webcitation.org/6Yxjyp9H3

Taula 5. Projectes d'R+D en comunicació d'investigadors de Catalunya, finançats en les convocatòries estatals d'Excel·lència i Reptes de la Societat (2013)

Universitat	Centre o dept. adscrit	Investigador principal	Títol del projecte	Període	Total concedit (en euros)
Excel·lència					
Ciències Socials					
Universitats públiques					
UAB	Dept. de Mitjans, Comunicació i Cultura	Fernández Alonso, Isabel	Las políticas de comunicación en la Europa mediterránea en el contexto de la crisis financiera (2008–2015). Análisis del caso español. CSO2013-42523	2014–2015	41.140
UPF	Dept. de Comunicació	Bou Sala, Núria	El cuerpo erótico de la actriz bajo los fascismos: España, Italia y Alemania (1939–1945). CSO2013-43631-P	2014–2016	41.140
URV	Dept. d'Estudis de Comunicació	Capdevila Gómez, Arantxa	El papel de la metáfora en la definición y percepción social de temas conflictivos. Instituciones, medios de comunicación y ciudadanos. CSO2013-41661-P	2014–2015	39.930
		Quílez Esteve, Laia	Memorias en segundo grado: posmemoria de la Guerra Civil, el franquismo y la transición democrática en la sociedad española contemporánea. CSO2013-41594-P	2014–2015	47.190
Universitats privades					
UOC	Estudis de Dret i Ciència Política	Cardenal, Ana Sofia	Nuevos medios de comunicación y opinión pública: los mecanismos de influencia de internet en la formación de opinión. CSO2013-47082-P	2014–2016	24.200
Humanitats					
Universitats públiques					
UAB	Dept. de Filologia Espanyola	Roas, David	Lo fantástico en la literatura, el cine y la televisión fantásticos españoles (1955–2013). Teoría e historia. FFI2013-44152-P	2014–2016	20.570
UB	Dept. de Biblioteconomia i Documentació	Rueda, Ramírez, Pedro José	Historia de la publicidad del libro en España (siglos xv–xx). HAR2013-46336-P	2014–2017	24.200
Reptes de la Societat					
Ciències Socials					
Universitats públiques					
UAB	Dept. de Periodisme i de Ciències de la Comunicació	Murciano, Marcial	La transformación de las industrias culturales y creativas en España: cambio digital, competitividad, empleo y contribución al bienestar social en el Horizonte 2020. CSO2013-42822-R	2014–2016	54.450
		Pérez Tornero, José Manuel	Laboratorio de plataformas digitales para la educación. CSO2013-4482-C3-1-R	2014–2016	72.600
UPF	Dept. de Comunicació	Quesada Pérez, Montserrat	Big data, redes sociales y periodismo de datos: aplicación de las herramientas de monitorización al análisis de fuentes y contenidos periodísticos. CSO2013-47767-C2-2-R	2014–2017	42.350

Continua >

Taula 5. Projectes d'R+D en comunicació d'investigadors de Catalunya, finançats en les convocatòries estatals d'Excel·lència i Reptes de la Societat (2013) (continuació)

Universitat	Centre o dept. adscrit	Investigador principal	Títol del projecte	Període	Total concedit (en euros)
Reptes de la Societat					
Ciències Socials					
Universitats privades					
	Dept. de Comunicació	Busquet, Jordi	La brecha digital generacional. Conflictos potenciales entre adultos y adolescentes en el hogar. CSO2013-47782-C3-2-R	2014–2016	15.730
URL					
	Dept. de Psicologia Social	(dades no disponibles)	La apertura de la comunicación sobre adopción en España: un factor de protección para el ajuste psicológico del adolescente. PSI2013-47197-C3-2-R	2014–2016	21.780
UVic-UCC	Dept. de Pedagogia	Collelldemont, Eulàlia; Casanovas, Josep	Revisión y análisis de documentales propagandísticos y anuncios audiovisuales educativos producidos entre 1914–1939 en España. EDU2013-48067-R	2014–2016	19.360

Font: elaboració pròpia a partir de la resolució de les convocatòria 2013, en les modalitats d'Excel·lència i Reptes de la Societat (SECRETARÍA DE ESTADO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN, 2014a, 2014b, 2014c i 2014d); i departaments universitaris. Comunicació personal, gener de 2015.

Tenint en compte el títol del projecte i el centre al qual s'adscriuen, a la convocatòria d'Excel·lència del 2013, del total de 1.438 projectes finançats a Espanya, n'hem detectat 43 de l'àmbit de comunicació, dels quals 7 estan liderats per investigadors d'universitats de Catalunya (5 d'adscrits a ciències socials, i 2, a les humanitats). A la convocatòria de Reptes de la Societat (2013), dels 1.516 projectes finançats a Espanya n'hem detectat 38 de l'àmbit de la comunicació, i d'aquests, 6 són liderats per acadèmics d'universitats catalanes, en l'àmbit de les ciències socials (vegeu la taula 5).²⁶

Entre les dues modalitats, la UAB aconsegueix 3 projectes; la UPF, la URV i la URL, 2 cadascuna, i la UB, la UOC i la UVic-UCC, 1 cadascuna. Es manté el lideratge de les universitats públiques, però les universitats privades amplien progressivament la presència en aquest tipus de convocatòries competitives.

A la convocatòria d'Excel·lència, la majoria d'investigadors principals s'estrenen com a responsables de projectes (tot i que aporten l'experiència d'haver participat com a membres en projectes anteriors), mentre que a la convocatòria de Reptes de la Societat, la majoria d'investigadors principals ja havien dirigit projectes d'R+D, finançats en convocatòries competitives del Govern espanyol.

Des del punt de vista econòmic, els projectes de recerca en comunicació de Catalunya aconsegueixen en conjunt, en la modalitat d'Excel·lència, un total de 238.370 euros, mentre que en la de Reptes de la Societat obtenen, en global, 226.270 euros.

En les dues edicions anteriors de l'*Informe* explicàvem la singularitat de la convocatòria de projectes d'R+D de ciències socials i humanitats RecerCaixa, iniciativa de l'Obra Social "la Caixa" i l'Associació Catalana d'Universitats Públiques (ACUP), creada l'any 2009. En el bienni 2013–

26. No podem aportar dades de la convocatòria 2014, perquè en tancar el capítol encara no s'havia resolt.

2014 trobem per primera vegada dos projectes finançats relacionats amb la comunicació. A la convocatòria de 2013 va ser “Juguem a comunicar millor! La millora de la competència prosòdica com a via d’integració educativa i d’inclusió social de l’alumnat amb necessitats educatives especials derivades de la discapacitat”,²⁷ i a la convocatòria de 2014, “HumanismePlural.com: investigació i desenvolupament d’una eina a internet per a la participació en la construcció de coneixement col·lectiu sobre la societat xarxa a Catalunya”.²⁸

3.2. Nou mapa de grups de recerca reconeguts a Catalunya (2014–2016)

L’any 2014 destaca la nova convocatòria de la Generalitat de Catalunya d’ajuts a les activitats dels grups de recerca (SGR), dotada amb 21,6 milions d’euros per al període 2014–2016 (7,2 milions per anualitat, xifra que es manté respecte a l’anterior convocatòria, que cobria el període 2009–2013).²⁹ L’objectiu és reconèixer la recerca de qualitat en equip, la transferència de coneixement i la internacionalització de les activitats, mitjançant dues modalitats: grups de recerca emergents (GRE), per equips amb experiència en els darrers tres anys i que vulguin constituir una nova línia de recerca conjunta, i grups de recerca consolidats (GRC), amb experiència investigadora conjunta dels seus membres en els darrers cinc anys.

La convocatòria reconeix un total de 1.652 grups a Catalunya, 354 més que en el període anterior,³⁰ dels quals 34 són de comunicació (14 més que en la convocatòria anterior). D’entre els 5 grups emergents en comunicació, no en trobem cap que hagi aconseguit finançament, mentre que en la modalitat de consolidats, 29 han estat reconeguts i, d’aquests, 7 han obtingut recursos econòmics, tal com recull la taula 6. Coincideix que els que obtenen finançament ja havien estat reconeguts i finançats en la convocatòria anterior, tal com recollíem en l’*Informe de la comunicació a Catalunya 2009–2010*, però alguns dels que havien rebut finançament per a 2009–2013 el deixen de percebre en aquesta ocasió.

Augmenta el reconeixement de grups amb interdisciplinarietat, tal com es pot comprovar si tenim en compte la denominació dels grups reconeguts.

Aquest reconeixement als grups de recerca emergents i consolidats forma part del Pla de Recerca i Innovació (2010–2013), que ha estat prorrogat per la Generalitat de Catalunya l’1 de gener de 2014. Segons el director general de Recerca, Josep Maria Martorell i Rodón, “durant 2013 i 2014 el Govern ha estat treballant amb el sistema d’R+D+I l’estratègia d’especialització intel·ligent per a Catalunya, la RIS3CAT, seguint les directrius de la Comissió Europea. Aquesta estratègia és la base del nou Pla de Recerca i Innovació, que el proper Govern haurà d’aprovar i que ha estat consensuada amb tot el sistema en virtut del procés de consulta prèvia a la seva elaboració.” En aquest sentit, confirma que “dins de l’estratègia RIS3CAT hi ha una sèrie d’instruments (comunitats de coneixement, etc.), el desenvolupament dels quals hauria de permetre la participació de grups de recerca especialitzats

27. Dirigit per Lourdes Aguilar Cuevas (UAB) i finançat amb 77.642,60 euros (24 mesos de durada, entre 2014 i 2016). OBRA SOCIAL “LA CAIXA”, ACUP (2014): “Projectes seleccionats a la convocatòria RecerCaixa 2013” [En línia]. Barcelona: Obra Social “la Caixa”, ACUP. www.webcitation.org/6XdOMOhxT

28. Liderat per Amparo Moreno Sardà (UAB) i finançat amb 77.508,03 euros (24 mesos de durada, entre 2015 i 2017). Pedro Manuel Molina. Comunicació personal, abril de 2015; OBRA SOCIAL “LA CAIXA”, ACUP (2015): “‘la Caixa’ reafirma su compromiso con la investigación de excelencia mediante una dotación de 18 millones de euros para RecerCaixa. Nota de prensa 10–03–2015” [En línia]. Barcelona: Obra Social “la Caixa”, ACUP. www.webcitation.org/6YUa81jzC

29. AGÈNCIA DE GESTIÓ D’AJUTS UNIVERSITARIS I DE RECERCA (2014): *Memòria de l’Agència de Gestió d’Ajuts Universitaris i de Recerca 2013* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, desembre. www.webcitation.org/6YfVZ1XIX

30. Josep Maria Martorell i Rodón, director general de Recerca de la Generalitat de Catalunya. Comunicació personal, 20 d’abril de 2015.

31. Josep Maria Martorell i Rodón, director general de Recerca de la Generalitat de Catalunya. Comunicació personal, 20 d’abril de 2015.

en comunicació, dins de cadascun dels sectors prioritaris”.³¹ Un altre dels temes que queden oberts és la Llei de la ciència de Catalunya, de la qual el Govern disposa d’un avantprojecte, però caldrà esperar a la propera legislatura per al seu debat i aprovació definitius.

Taula 6. Grups de recerca emergents i consolidats relacionats amb la comunicació reconeguts per la Generalitat de Catalunya (2014–2016)

Universitat / Departament o Institució		Investigador principal	Nom del grup i referència de concessió	Modalitat	Finançament (en €)
Ciències Socials					
Universitats públiques					
UAB	Dept. Mitjans, Comunicació i Cultura	Fernández Alonso, Isabel	Grup de Recerca en Estructura i Polítiques de Comunicació Daniel Jones [2014 SGR 29]	GRE	–
		Montero Sánchez, María Dolores	Grup de Recerca en Comunicació i Pluralisme [2014 SGR 1096]	GRE	–
	Dept. de Comunicació Audiovisual i Publicitat	Prado Pico, Emili	Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi (GRISS) [2014 SGR 1674]	GRC	34.000
	Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual	Perona, Juan José	Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica (Publiradio) [2014 SGR 283]	GRC	–
		Roca Correa, David	Grup de Recerca en Publicitat i Relacions Públiques (GRP) [2014 SGR 944]	GRC	–
	Dept. de Periodisme i de Ciències de la Comunicació	Rodríguez Bravo, Àngel	Laboratori d’Anàlisi Instrumental de la Comunicació (LAICOM) [2014 SGR 600]	GRC	–
		Moreno Sardà, Amparo	Laboratori de Periodisme i Comunicació per a la Ciutadania Plural [2014 SGR 976]	GRC	–
		Murciano Martínez, Marcial	Grup de Recerca en Estudis Locals de Comunicació (LOCALCOM) [2014 SGR 252]	GRC	–
		Pérez Tornero, José Manuel	Gabinet de Comunicació i Educació [2014 SGR 907]	GRC	30.000
	Dept. Filologia Catalana	Velázquez García-Talavera, Teresa	Laboratori de Prospectiva i Recerca en Comunicació, Cultura i Cooperació [2014 SGR 1388]	GRC	–
		Fuentes Pujol, Eulàlia	Grup de Recerca en Informació i Documentació Científica Especialitzada (GRDICE) [2014 SGR 1043]	GRC	–
		Institut de la Comunicació (InCom-UAB)	Huertas Bailén, Amparo	Grup Internacional d’Estudis sobre Comunicació i Cultura [2014 SGR 1594]	GRC
	UdL	Dept. de Pedagogia i Psicologia	Isus Barado, Sofia	Competències, Tecnologia i Societat (Competecs) [2014 SGR 1611]	GRC
UPF	Dept. de Comunicació	Guillamet Llorevas, Jaume	Grup de Recerca en Periodisme (GRP) [2014 SGR 872]	GRC	–
		Pérez Torío, Xavier	Centre d’Investigació Estètica dels Mitjans Audiovisuals (CINEMA) [2014 SGR 778]	GRC	–
		Rodrigo Alsina, Miquel	Unitat d’Investigació en Comunicació Audiovisual (UNICA) [2014 SGR 366]	GRC	34.000
URV	Dept. d’Estudis de Comunicació	Farré Coma, Jordi	Grup de Recerca en Comunicació (ASTERISC) [2014 SGR 669]	GRC	30.000

Continua >

Taula 6. Grups de recerca emergents i consolidats relacionats amb la comunicació reconeguts per la Generalitat de Catalunya (2014–2016) (continuació)

Universitat / Departament o Institució	Investigador principal	Nom del grup i referència de concessió	Modalitat	Finançament (en €)	
Universitats privades					
UAO-CEU	Departament de Ciències de la Comunicació	Fondevila Gascón, Joan Francesc	Grup d'Investigació en Sistemes Innovadors de Monetització del Periodisme Digital Català (SIMPED) [2014 SGR 1290]	GRE	–
UOC	Internet Interdisciplinary Institute (IN3)	Canals Parera, Agustí	Grup de Recerca en Gestió d'Informació i Gestió del Coneixement a les Organitzacions (KIMO) [2014 SGR1486]	GRC	–
	Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació	Sánchez Navarro, Jordi	Grup de Recerca en Aprenentatges, Mitjans de Comunicació i Entreteniment (GAME) [2014 SGR 930]	GRE	–
URL	Departament de Comunicació	Rom Rodríguez, Josep A.	Grup de Recerca en Estratègia i Creativitat en Publicitat i Relacions Públiques [2014 SGR 671]	GRE	–
		Busquet Duran, Jordi	Conflicte, Infància i Comunicació (CONINCOM) [2014 SGR 867]	GRC	–
		Masip Masip, Pere	Digilab. Media, Strategy and Regulation [2014 SGR 613]	GRC	–
		Radigales Babí, Jaume	Cultura Audiovisual [2014 SGR 353]	GRC	–
	Departament de Psicologia	Segura Bernal, Jordi	Comunicació i Salut (COMSAL) [2014 SGR1088]	GRC	–
Humanitats					
Universitats públiques					
UAB	Dept. de Traducció i d'Interpretació	Otero Clavero, Pilar	TransMedia Catalonia [2014 SGR 27]	GRC	34.000
	Dept. de Filologia Anglesa i de Germanística	Moyer Greer, Melissa	Comunicació Intercultural i Estratègies de Negociació (CIEN) [2014 SGR 1508]	GRC	10.800
UB	Dept. de Biblioteconomia i Documentació	Abadal, Ernest	Cultura i Continguts Digitals: Aspectes Documentals, Polítics i Econòmics [2014 SGR 760]	GRC	24.000
		Borrego, Ángel	Grup d'Estudis Mètrics sobre el Valor d'Ús i Informació (I-VIU) [2014 SGR 594]	GRC	–
	Dept. de Didàctica de l'Educació Visual i Plàstica	Bartolomé Pina, Antonio Ramón	Laboratori de Mitjans Interactius ^A [2014 SGR 604]	GRC	–
Universitats privades					
UOC	Estudis d'Arts i Humanitats	Ardèvol Piera, Elisenda	Mediaccions: Grup de Recerca Interdisciplinària en Cultura Digital [2014 SGR 979]	GRC	–
		Fernández Montolí, Josep-Anton	Llengua, Cultura i Identitat en l'Era Global (IndentiCat) [2014 SGR 1516]	GRC	–
		Vayreda Duran, Agnès	Grup d'Estudis en Cultura i Societat (GRECS) [2014 SGR 487]	GRC	–
UVic-UCC	Dept. de Trad., Interpretació i Llengües Aplicades	Godayol Nogué, Pilar	Grup d'Estudis de Gènere: Traducció, Literatura, Història i Comunicació [2014 SGR 62]	GRC	–

^A Doble afiliació: UB, UVic-UCC.

Nota: GRE: grup de recerca emergent; GRC: grup de recerca consolidat.

Font: elaboració pròpia a partir d'AGAUR (2014a i 2014b). Per a les dades del departament d'adscripció del Grup Comunicació i Salut (URL), Jordi Segura i Bernal. Comunicació personal, 23 de febrer de 2015.

3.3. La producció científica de tesis doctorals en comunicació

En aquest epígraf tractarem la producció científica a Catalunya per mitjà de les tesis doctorals en comunicació defensades durant els anys naturals 2013 i 2014. Per a la cerca, hem utilitzat una metodologia que té en compte el títol, que s'hagi defensat en un departament de l'àmbit de les ciències socials i les humanitats, i les paraules clau i descriptors amb els quals els autors han definit l'obra en publicar-la en accés obert.³² Amb aquests indicadors i amb una recerca feta expressament per a aquest capítol, hem detectat un total de 103 tesis doctorals en comunicació defensades durant els anys 2013 i 2014 a les universitats de Catalunya, tal com recull la taula 7.

Aquesta xifra suposa un augment considerable respecte al bienni anterior, a causa sobretot de tres raons. D'una banda, la imminent extinció dels plans d'estudis de doctorat de 2007 determina que el doctorand que va iniciar els estudis abans del curs 2011–2012 tingui com a màxim fins al febrer de 2016 per defensar la tesi, i si va matricular-se a partir del curs 2011–2012 tingui fins al setembre de 2017 per fer-ho. Un segon motiu és que el doctorat és la màxima formació educativa i creix el nombre d'estudiants que hi opten per ser més competitius en un món laboral estancat. El tercer motiu rau en l'augment d'estudiants estrangers que venen a Catalunya a fer la tesi i se'n tornen un cop l'han defensat.

Si analitzem les xifres, de les 103 tesis doctorals en comunicació detectades, 50 es van defensar l'any 2013, i 53, el 2014. Aquesta xifra suposa un augment del 14,44% respecte de les 90 tesis que es van defensar a Catalunya en comunicació durant el bienni anterior. Però suposa un augment del 90,74% si ho comparem amb la xifra del bienni 2009–2010, que va ser de 54, exactament la mateixa que la del bienni 2007–2008.³³

Pel que fa a la temàtica, augmenten les tesis sobre comunicació empresarial i institucional i responsabilitat social corporativa, que suposen un 22,33%. També es detecta un augment dels estudis sobre anàlisi cinematogràfica i evolució històrica dels mitjans. Es mantenen, com en biennis anteriors, els estudis sobre polítiques de comunicació, economia de la comunicació i comunicació política, i apareixen nous temes d'estudi, entre els quals podem destacar l'anàlisi de campanyes de micromecenatge, aplicacions per a telèfons mòbils i la problemàtica de l'ús d'internet i del telèfon mòbil per part dels adolescents (CIVIL I SERRA, 2015).

Per universitats, la UAB és que la registra una activitat més alta, amb 46 tesis defensades; seguida per la UPF, amb 19; la UB, amb 13; la URL, amb 12; la URV i la UOC, amb 3 cadascuna; la UAO-CEU, la UIC i la UVic-UCC, amb 2 cadascuna, i la UdL, amb 1. No hem localitzat tesis de comunicació a la UPC, però cal tenir en compte que és la darrera universitat a implantar estudis de grau en comunicació i que, de moment, no ofereix màsters oficials ni doctorats en l'àmbit de la comunicació social.

Per universitats, la UAB és que la registra una activitat més alta en defensa de tesis doctorals en comunicació, amb 46; seguida per la UPF, amb 19; la UB, amb 13; la URL, amb 12; la URV i la UOC, amb 3 cadascuna; la UAO-CEU, la UIC i la UVic-UCC, amb 2 cadascuna, i la UdL, amb 1



32. Des del bienni 2013–2014, cada doctorand està obligat a dipositar la seva tesi doctoral en accés obert, a les bases de dades TESEO i TDX. Optativament, en pot restringir l'accés públic uns mesos si té previst explotar els resultats de la tesi mitjançant articles i altres publicacions científiques.

33. Per a més informació vegeu els capítols "La recerca i els estudis sobre comunicació a Catalunya. Estat de la qüestió (2007 i 2008)" de *l'Informe de la comunicació a Catalunya 2007–2008* i "La recerca en comunicació a Catalunya. Estat de la qüestió", a les edicions dels biennis 2009–2010 i 2011–2012.

Taula 7. Tesis sobre comunicació defensades a les universitats de Catalunya, per departaments (2013–2014)

Universitats	Departament/Institut	2013	2014	Total	
Universitats públiques					
UAB	Dept. de Comunicació Audiovisual i Publicitat	7	5	12	46
	Dept. de Filologia Catalana	1	1	2	
	Dept. de Mitjans, Comunicació i Cultura	1	5	6	
	Dept. de Periodisme i Ciències de la Comunicació	7	10	17	
	Dept. de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual	3	5	8	
UB	Dept. de Sociologia	1	0	1	13
	Dept. de Antropologia Cultural i Història d'Amèrica i Àfrica	1	0	1	
	Dept. de Didàctica de la Llengua i la Literatura	0	2	2	
	Dept. de Disseny i Imatge	1	1	2	
	Dept. de Filologia Hispània	1	1	2	
	Dept. de Filologia Romànica	0	1	1	
	Dept. d'Història Moderna	0	1	1	
	Dept. de Lingüística General	0	1	1	
	Dept. de Metodologia de les Ciències del Comportament	1	0	1	
	Dept. de Teoria i Història de l'Educació	1	0	1	
UdL	Dept. de Teoria Sociològica, Filosofia del Dret i Metodologia de les C. Socials	1	0	1	1
	Dept. de Filologia i Comunicació	0	1	1	
UPF	Dept. de Comunicació	6	8	14	19
	Dept. de Dret	1	0	1	
	Dept. d'Humanitats	1	0	1	
	Dept. de Traducció i Ciències del Llenguatge	2	1	3	
URV	Dept. de Comunicació	3	0	3	3
Universitats privades					
UAO-CEU	Dept. de Ciències de la Comunicació	0	2	2	2
UIC	Dept. de Comunicació	0	2	2	2
UOC	Internet Interdisciplinary Institute (IN3)	3	0	3	3
URL	Dept. de Comunicació	7	5	12	12
UVic-UCC	Dept. de Comunicació	0	1	1	2
	Departament de Traducció, Interpretació i Llengües Aplicades	1	0	1	
Total		50	53	103	

Nota: en ombrejat, els departaments universitaris específics de comunicació.

Font: elaboració pròpia a partir de CIVIL I SERRA (2015).

Es consolida la tendència detectada en el bienni anterior a la producció de tesis doctorals en comunicació interdisciplinàries, defensades en departaments de Ciències Socials i Humanitats, no específicament de Comunicació. En aquest sentit, hem detectat 78 tesis defensades en departaments propis de Comunicació i 25 en departaments que no ho són, és a dir, un 75,73% enfront del 24,27% (CIVIL I SERRA, 2015), mentre que en el bienni anterior la proporció va ser d'un 82,22% de les tesis defensades en departaments de Comunicació i un 17,78% en altres departaments de Ciències Socials i Humanitats. Es detecta una aproximació a la comunicació des d'altres camps, com les arts visuals, l'antropologia, la filologia i la traducció.

Si ens centrem en el gènere, 60 tesis han estat escrites per dones i 43 per homes, fet que confirma la tendència a una presència femenina més alta en els estudis de doctorat en Comunicació, amb un 58,25% sobre el total, la qual cosa suposa un augment de 10 punts en relació a les tesis defensades per dones en el bienni anterior (48%).

En el pla lingüístic, trobem 65 tesis escrites en castellà, 23 en català, 12 en anglès i 3 en portuguès. Aquestes xifres suposen un augment considerable de tesis elaborades en castellà i en anglès respecte al bienni anterior, fruit de la internacionalització dels estudis de tercer cicle.³⁴ També augmenten les experiències de tesis codirigides o tutelades per professors d'universitats de dos països diferents, que permeten elaborar un únic treball de tesi doctoral i obtenir un títol de doctor en totes dues universitats, sempre i quan hi hagi un conveni entre ambdues institucions educatives.

3.4. La recerca en comunicació des de l'àmbit associatiu i els organismes especialitzats

Durant el bienni, la Societat Catalana de Comunicació, filial de l'Institut d'Estudis Catalans (SCC-IEC), consolida les jornades anuals de Recerca en Comunicació als Països Catalans i incentiva la difusió de treballs de recerca mitjançant la revista *Comunicació*. Paral·lelament, a la primavera de 2015, l'IEC ha fet pública la tercera edició dels *Reports de la recerca a Catalunya (2003–2009)*, que engloba l'estudi de 31 àrees científiques, amb un capítol específic sobre la recerca en comunicació.³⁵

Per la seva banda, l'Associació Espanyola d'Investigació de la Comunicació (AE-IC) ha impulsat el projecte d'R+D "El sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de comunicación. Mapa de proyectos, grupos, líneas, objetos de estudio y métodos", dirigit i coordinat per José Luis Piñuel (Universidad Complutense de Madrid), i finançat pel Ministeri d'Economia i Competitivitat (referència CSO2013-47933-C4), amb participació d'investigadors catalans, i que té el repte d'elaborar el *Libro blanco de la comunicación*, en l'àmbit de la recerca, previst que es presenti al congrés de l'AE-IC el juliol de 2016, a Madrid.

Paral·lelament, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) publica, entre d'altres, l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya* (2011, 2012–2013 i 2014) i l'*Estadística de l'audiovisual a Catalunya* (2011 i 2012), i rep el mandat del Parlament de Catalunya d'elaborar el *Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya*, que en el moment de tancar aquest capítol es troba en fase de treball i consulta pública i que es preveu que estigui enllestit al final de 2015.³⁶

3.5. El micromecenatge com a nova font de finançament de la recerca científica

Durant el bienni 2013–2014 es consolida la modalitat de finançament col·laboratiu per a projectes de recerca que ja avançàvem en l'anterior edició. La Federació Espanyola per a la Ciència i Tecnologia, adscrita al Ministeri d'Economia i Competitivitat, presenta el setembre de 2014 la plataforma Precipita, una iniciativa pública de finançament col·lectiu per a projectes de recerca i divulgació científica de centres públics d'investigació, oberta a totes les àrees científiques, inclosa la comunicació.³⁷

A Catalunya, tot i que no existeix ara per ara una plataforma pública semblant, la Generalitat, per mitjà de l'agència per a la competitivitat de

34. La Generalitat de Catalunya concedeix ajuts per a tesis doctorals escrites en català. A la convocatòria 2014, per a treballs defensats durant l'any 2013, hi ha destinat 79.998,72 euros, i ha concedit 166 ajuts de 481,92 euros cada un. A partir d'una consulta realitzada a l'AGAUR, hem detectat que entre les 23 tesis en comunicació defensades el 2013 a Catalunya en català, 7 han demanat i obtingut aquest ajut. Pere Pardo i Sabartés, director executiu de l'AGAUR. Comunicació personal, 25-05-2015. La convocatòria per a les tesis defensades el 2014 s'ha obert el maig de 2015, però no està resolta en tancar el capítol.

35. INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS (2015): *25 anys de recerca a Catalunya* [En línia]. Barcelona: IEC. www.webcitation.org/6Z0imFxZd; INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS (2015): "Els darrers vint-i-cinc anys de recerca científica i tecnològica a Catalunya, analitzats per l'IEC" [Nota de premsa] [En línia]. Barcelona: IEC, 13 d'abril. www.webcitation.org/6ZK98ta1M

36. Sylvia Montilla, Àrea d'Estudis i Recerca del CAC. Comunicació personal, maig de 2015.

37. PRECIPITA [En línia]. Madrid: FECyT. www.webcitation.org/6YxREOEhI; i Isabel Méndez, membre de l'equip Precipita (FECyT). Comunicació personal, 16 de gener de 2015.

Entre els reptes principals per al proper bienni destaca el paper del Consell Interuniversitari de Catalunya, que ha de redefinir el nou model de graus de tres i quatre anys que vol per al sistema universitari català



l'empresa ACCIÓ, promou contactes entre investigadors i emprenedors amb xarxes d'àngels inversors.

Paral·lelament, l'empresa Verkami, amb seu al TecnoCampus de Mataró, s'ha convertit en una de les plataformes privades de micromecenatge més actives. Entre els projectes finançats en el bienni trobem les diferents edicions de l'*Anuari dels silencis mediàtics* del grup Media.cat.³⁸

En aquest sentit, inversors, mecenes i patrocinadors s'han mostrat crítics amb la decisió del ministre d'Educació, Cultura i Esports, José Ignacio Wert, la tardor de 2014, de no tirar endavant el projecte de Llei de mecenatge, i incloure, en canvi, unes mesures en el projecte de reforma fiscal del Govern espanyol (*BOE*, 28-11-2014).³⁹

4. Conclusions i reptes de futur

A Catalunya, els estudis universitaris de grau, màsters oficials i doctorat han protagonitzat una tendència a l'alça, durant el bienni 2013–2014, tant en nombre de titulacions com d'alumnes, fet que en confirma la consolidació. Si comparem l'oferta a les dotze universitats de Catalunya (set de públiques i cinc de privades) del curs 2012–2013 respecte al curs 2013–2014, en l'àmbit de les ciències socials i les humanitats, els graus en comunicació passen de 33 a 38, amb un total de 18 titulacions diferents; mentre que els màsters oficials creixen considerablement, de 24 a 35, i l'oferta de doctorat viu un lleu augment, de 14 a 16. Pel que fa a matriculacions, els estudiants de grau que accedeixen a primer curs són 3.252, mentre que el total d'alumnes matriculats en els diferents cursos són 12.146, unes xifres a l'alça respecte als 3.157 i 10.661 del curs 2012–2013. Pel que fa al tercer cicle, el curs 2013–2014, un total de 854 alumnes es matriculen a màsters oficials, i 448, a estudis de doctorat en Comunicació.

En l'àmbit dels projectes d'R+D en comunicació finançats pel Ministeri d'Economia i Competitivitat en les convocatòries de l'any 2013, 7 projectes liderats per investigadors catalans són finançats en la modalitat d'Excel·lència i 6 en la de Reptes de la Societat.

L'any 2014 es configura el nou mapa de grups de recerca reconeguts per la Generalitat de Catalunya per al període 2014–2016. Del total de 1.652 grups reconeguts, 34 són de l'àmbit de comunicació, xifra que suposa un augment de 14 grups respecte de l'anterior convocatòria, de 2009–2013. Si ho analitzem per modalitats, 5 grups són reconeguts com a emergents, i 29, com a consolidats (només 7 d'aquests aconseguen finançament).

En l'àmbit de la producció científica de tesis doctorals, hem detectat un total de 103 tesis doctorals en comunicació defensades a les universitats catalanes durant els anys 2013 i 2014, en ciències socials i humanitats, un augment del 14,44% respecte de les 90 tesis que es van defensar a Catalunya en comunicació durant el bienni anterior.

Entre els reptes principals per al proper bienni destaca el paper del Consell Interuniversitari de Catalunya, que ha de redefinir el nou model de graus de tres i quatre anys que vol per al sistema universitari català en compliment del Reial decret estatal 43/2015, de 2 de febrer, de

38. VERKAMI.COM [En línia]. Mataró: Verkami. www.webcitation.org/6YxgodeIT

39. Una de les personalitats més crítiques amb aquesta decisió ha estat l'empresari Leopold Rodés, president de la Fundació Art i Mecenatge, entitat sense ànim de lucre impulsada per "la Caixa", que havia reivindicat la necessitat d'aquesta llei com a motor de la inversió privada en projectes culturals i científics. BERMEJO, Borja (2014): "La Fundació Art i Mecenatge parla d'aixecada de camisa" [En línia]. Madrid: El País, 2 d'octubre. www.webcitation.org/6XdXTMls

reorganització dels ensenyaments universitaris i de doctorat. Esperem que tingui en compte el valor dels estudis de comunicació com un dels eixos vertebradors de les ciències socials i les humanitats, fonamentals per construir una societat crítica, plural i democràtica. Caldrà que les universitats i grups de recerca optin per crear sinergies que permetin unir esforços en comptes de fragmentar-los. I que la Generalitat de Catalunya, en l'ànim de la internacionalització i l'atracció d'alumnes estrangers, no perdi de vista les polítiques de foment de l'accés d'estudiants de Catalunya i Espanya als ensenyaments de comunicació.

Caldrà que les universitats i grups de recerca optin per crear sinergies que permetin unir esforços en comptes de fragmentar-los



5. Referències

AGÈNCIA DE GESTIÓ D'AJUTS UNIVERSITARIS I DE RECERCA (AGAUR) (2014a): *Resolució de 7 de maig de 2014, del president de la Comissió Executiva d'Ajuts de Recerca, per la qual es resol la primera fase de la convocatòria d'ajuts per donar suport a les activitats dels grups de recerca (SGR)* [En línia]. Barcelona: AGAUR, Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

www.webcitation.org/6WYQqNG5K

AGÈNCIA DE GESTIÓ D'AJUTS UNIVERSITARIS I DE RECERCA (AGAUR) (2014b): *Resolució de 4 de setembre de 2014, per la qual es resol la convocatòria d'ajuts per donar suport a les activitats dels grups de recerca (SGR)* [En línia]. Barcelona: AGAUR, Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

www.webcitation.org/6WYPaS3j1

CIVIL I SERRA, Marta (2015): *Selecció de tesis doctorals en comunicació defensades en l'àmbit de les ciències socials i les humanitats a Catalunya (2013 i 2014)* [En línia]. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), març de 2015.

www.webcitation.org/6Z4yAdJGz

SECRETARÍA DE ESTADO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (2014a): *Resolución definitiva de 1 de agosto de 2014, de la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación por la que se conceden ayudas correspondientes al Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación orientada a los Retos de la Sociedad, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013–2016, modalidad 1: “Retos de Investigación”, Proyectos de I+D+i, convocatoria 2013* [En línia]. Madrid: Ministerio de Economía y Competitividad.

www.webcitation.org/6WngNPJv8

SECRETARÍA DE ESTADO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (2014b): *Anexo I. Ayudas concedidas. Convocatoria 2013. Proyectos I+D+i Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación orientada a los Retos de la Sociedad* [En línia]. Madrid: Ministerio de Economía y Competitividad.

www.webcitation.org/6XbmD6G4X

SECRETARÍA DE ESTADO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (2014c): *Resolución de 17 de noviembre de 2014, de la Secretaría de Estado de Investigación, Desarrollo*

e Innovación por la que se conceden ayudas correspondientes al Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016, Modalidad 1: Proyectos de I+D, convocatoria 2013. Madrid: Ministerio de Economía y Competitividad.

SECRETARÍA DE ESTADO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (2014d): *Anexo I. Ayudas concedidas. Convocatoria 2013. Proyectos I+D Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento. Madrid: Ministerio de Economía y Competitividad.*