

Los estudios universitarios de comunicación en España (2017). Análisis de la situación actual para un debate abierto sobre su futuro estratégico

Marta Civil i Serra

(Institut de la Comunicació —InCom—
de la Universitat Autònoma de Barcelona)

RESUMEN

Los estudios universitarios en comunicación en España han protagonizado, desde la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, dos principales cambios. Por un lado, la oferta oficial de grados, másteres y doctorados se ha incrementado con la opción de dobles titulaciones (dobles grados y dobles másteres) y centros educativos que hasta la fecha impartían estudios propios han conseguido acreditarse y ofrecer, adscritos a universidades públicas o privadas, estudios oficiales de grado y postgrado. Partiendo de este contexto, el capítulo analiza la oferta de estudios universitarios oficiales en comunicación, durante el curso 2016-2017, en las 17 comunidades autónomas españolas y plantea retos de futuro que serán necesarios afrontar a corto y medio plazo.

PALABRAS CLAVE

Comunicación, formación universitaria, política científica.

1. Introducción¹

Los estudios oficiales de comunicación en España han vivido, desde finales de los años 90 del siglo xx, un período de expansión, en el que se ha pasado de una oferta basada principalmente en tres titulaciones (Comunicación Audiovisual, Periodismo, y Publicidad y Relaciones Públicas) a una apertura de nuevas titulaciones marcadas por el intento de especialización de cada centro docente, para diferenciarse de su competencia. Este hecho ha permitido la consolidación de las ciencias de la comunicación en sentido amplio y ha abierto la brecha para que enseñanzas que anteriormente no eran oficiales, como el cine o la fotografía, hayan podido integrarse dentro del catálogo de títulos universitarios oficiales.

La investigación que presentamos en este capítulo tiene como objetivo principal analizar la oferta de los estudios universitarios oficiales de comuni-

¹ Este texto forma parte de una investigación en curso, realizada en el marco del Grupo Internacional de Estudios sobre Comunicación y Cultura (Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona), reconocido como grupo de investigación consolidado por la Generalitat de Catalunya (referencia 2014 SGR 1594), dirigido por Amparo Huertas Bailén. La autora agradece las observaciones de las profesoras de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UAB) María José Recoder e Isabel Fernández Alonso, durante la elaboración del presente trabajo.

cación en España, desglosados por comunidades autónomas y por instituciones (públicas y privadas), durante el curso 2016–2017, en relación a los grados, dobles grados, másteres oficiales, dobles másteres oficiales y doctorados de comunicación, siempre que sean adscritos a las ramas científicas de ciencias sociales y jurídicas o a las artes y las humanidades.² Aunque las ciencias de la comunicación son un ámbito vinculado al estudio de los fenómenos sociales en torno a la comunicación, no queremos dejar de lado los estudios que se acercan a la comunicación desde de las artes y las humanidades, como la filología, la animación o las artes visuales, para comprender el peso real de esta disciplina en el contexto global de los estudios universitarios en España.

Asimismo, como objetivo secundario, nos proponemos responder a la pregunta: ¿Los alumnos interesados en cursar algún estudio oficial de comunicación universitario encuentran fácilmente información comparativa que les ayude a tomar una decisión?

1.1. Metodología de la investigación

Para aproximarnos a nuestro objeto de estudio hemos partido de la información oficial que ofrece el Gobierno de España, a través del portal «Qué estudiar y dónde en la Universidad» (QEDU) del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.³ Se trata de la principal fuente de consulta estatal utilizada cuando un alumno está interesado en conocer la oferta universitaria vigente. La iniciativa nace con un espíritu ambicioso y se alimenta con la información que las diecisiete comunidades autónomas recopilan de sus respectivas universidades y traspasan al Gobierno, pero no ofrece todavía datos completos de todos los estudios.

Por este motivo, esta documentación se ha complementado con datos facilitados por miembros de la Asociación Española de Universidades con Titulaciones en Información y Comunicación (ATIC) y consultas personales realizadas directamente a las administraciones autonómicas, universidades y centros educativos que imparten estos estudios oficiales. Se ha procurado, de esta forma, conseguir recopilar, para cada titulación, la tipología del organismo que la imparte (si se trata de una universidad pública o privada y, a su vez, si el centro docente es propio o adscrito), la rama científica y el número total de créditos necesarios. Es preciso tener en cuenta que el trabajo no in-

² Dejamos fuera de nuestro análisis los estudios adscritos a las arquitecturas e ingenierías (como podrían ser algunos estudios de multimedia o videojuegos) y los estudios propios, no oficiales. En el caso del marketing hemos tenido en cuenta los que se vinculan a las ciencias de la comunicación, pero no los que son específicamente adscritos a las ciencias económicas y empresariales.

³ Ministerio de Educación, Cultura y Deporte [En línea]: «Qué estudiar y dónde en la Universidad» (QEDU) <https://www.educacion.gob.es/notasdecorte/compBdDo>

cluye únicamente los estudios impartidos por las facultades de comunicación y nace con la voluntad de radiografiar las tendencias del sector.

Además, en el análisis de las enseñanzas de grado aportamos las notas de corte, las plazas ofertadas, el número total de créditos necesarios y el coste orientativo de la matrícula de primer curso. No podemos ofrecer, en cambio, las cifras definitivas de estudiantes matriculados para cada titulación correspondientes al curso 2016-2017, porque en el momento de cerrar este texto se encuentran en proceso de consolidación.⁴

A partir del análisis de los estudios de comunicación en España en 2017, el presente capítulo propone convertirse en un punto de partida para un debate abierto sobre su futuro estratégico, en el marco de la II Jornada de Formación y Empleo «El nuevo espacio universitario en comunicación. Los y las “tics” en los estudios de comunicación», organizada por la Asociación Española de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación (ATIC) en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, el 16 de noviembre de 2017.⁵

Esta jornada llega en un momento clave sobre el futuro de los estudios universitarios de comunicación teniendo en cuenta que el Gobierno del presidente Mariano Rajoy ha paralizado el calendario de despliegue de la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE) (BOE, 10-12-2013), conocida como «Ley Wert», con el Real Decreto-Ley 5/2016, de 9 de diciembre, de medidas urgentes para la ampliación del calendario de implantación de la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, con el objetivo de conseguir un Pacto de Estado Social y Político para la Educación, con el consenso de todos los actores implicados (DSCD, 01-12-2016). Este Pacto afectará a los ciclos de enseñanza desde primaria hasta educación superior, y pretende que sirva para redactar una nueva ley que sustituya la LOMCE, que mejore el fomento de la adquisición de competencias y el acceso al sistema educativo en igualdad de condiciones y, a su vez, aumente el nivel de inserción laboral juvenil, una de las principales preocupaciones de la sociedad actual (CIVIL I SERRA, 2017).

Se está a tiempo de incidir en el nuevo Pacto que se está elaborando y también en la reivindicación sobre el texto definitivo de la nueva ley que ha de sustituir, en breve, a la LOMCE. Lo importante es que los responsables de los estudios universitarios de comunicación puedan saber cuál es el actual punto de partida y poder debatir juntos hacia dónde se quiere ir como colectivo.

⁴ Esto significa que las universidades todavía están facilitando a las respectivas administraciones autonómicas los datos de matriculación definitivos del curso 2016-2017. Posteriormente, los enviarán al Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, para que este disponga de los datos estatales definitivos para hacerlos públicos, previsiblemente, a partir de abril de 2018 [Fuente: Servicios técnicos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, comunicación personal, noviembre de 2017].

⁵ ATIC [En línea]. <http://titulaciones-atic.com>

1.2. Origen de los estudios de comunicación en España y fases de su expansión

La naturaleza interdisciplinaria de las ciencias de la comunicación influirá a la hora de crear las facultades responsables de impartir dichos estudios. Si en el caso de los estudios de medicina, por poner un ejemplo, nadie duda que se impartan en facultades de Medicina, en el caso de los estudios del ámbito de la comunicación social no pasará lo mismo y encontraremos facultades con denominaciones muy diversas. A modo de síntesis, el nacimiento y evolución de los estudios universitarios de comunicación en España pueden describirse a partir de tres fases cronológicas diferenciadas.

Fase 1. Creación de las primeras facultades de comunicación (1971–1989)

Los estudios de comunicación contemporáneos en España nacen en 1971 con la creación de las primeras facultades de ciencias de la información públicas en Madrid (Universidad Complutense de Madrid) y Bellaterra (Universitat Autònoma de Barcelona). Este mismo año, en Pamplona, el Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra —que se había creado en 1958 como organismo privado dependiendo de la iglesia—, pasa a convertirse en facultad privada (JONES, 1998). A partir de este momento, irán apareciendo progresivamente nuevas facultades con estudios especializados en comunicación y se abrirá el abanico de nomenclaturas para denominar las facultades (la siguiente en crearse es la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, de naturaleza pública, que optará por crear su Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, para impartir en la misma sede estudios de ciencias políticas, sociología y comunicación).

Fase 2. Expansión territorial de facultades (1990–1999)

Durante la década de los noventa, España protagoniza el nacimiento de nuevas universidades públicas y privadas, fruto de un proceso de descentralización y el impulso de las administraciones estatal y autonómicas para dinamizar los territorios donde se implantan. También es durante este período cuando algunos centros educativos privados ya existentes consiguen adquirir reconocimiento universitario por parte del Gobierno de España. Paralelamente, la Unión Europea (UE) impulsa la creación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES),⁶ que se materializa con la Declaración de Bolonia, firmada en junio de 1999. El objetivo es favorecer la convergencia de titulaciones, la movilidad de estu-

⁶ European Higher Education Area [En línea]. <http://www.ehea.info>

diantes europeos y mejorar las oportunidades de empleabilidad de sus ciudadanos en todo el territorio europeo, más allá de los países miembros la UE.

Fase 3. Expansión de titulaciones en facultades y centros adscritos (2000-)

Con la implantación del EEES, el catálogo de la oferta de los estudios universitarios de comunicación en España evoluciona rápidamente y se pasa de las tres licenciaturas clásicas (Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, y posteriormente Comunicación Audiovisual) a una multiplicidad de titulaciones de grado oficial prácticamente imposible de memorizar. El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte autoriza además de los estudios oficiales de grado, máster universitario y doctorado (ya existentes en periodos anteriores) las modalidades de doble grado y doble máster, aumentando considerablemente la oferta de estudios oficiales, e impulsa campañas para sensibilizar a la población sobre la importancia de seguir formándose a lo largo de la vida (tal como recomienda el Lifelong Learning Programme de la Comisión Europea⁷).

1.3. Contexto legislativo estatal para la equiparación con Europa

A partir del 30 de septiembre de 2015, todas las enseñanzas de grado y postgrado en España se integraron a la normativa del EEES, finalizando así un período complejo en el que habían convivido estudios con normativas distintas. Pero lo que podría ser el inicio de una etapa más sosegada se vio condicionada por un verdadero cambio estructural en el sistema universitario español a causa de la aprobación, unos meses antes, por parte del Consejo de Ministros, del Real decreto 43/2015, de 2 de febrero, por el que se modifica el Real decreto 1393/2007, de 29 de octubre, de ordenamiento de las enseñanzas universitarias oficiales y el Real decreto 99/2011, de 28 de enero, de regulación de las enseñanzas oficiales de doctorado (BOE, 03-02-2015).

Hasta entonces, los estudios de grado oficiales en España se caracterizaban por un período formativo de 240 créditos ECTS (*European Credit Transfer System*), que el alumno podía alcanzar en un mínimo de cuatro años. Por su parte, los másteres oficiales eran enseñanzas especializadas de carácter académico o profesional, a las que se accedía con un título de grado oficial, e implicaban una formación teórica y práctica, de entre 60 y 120 ECTS, para cursar en un año o dos. Finalmente, al doctorado se optaba desde un máster oficial y el alumno disponía de tres años para elaborar su tesis doctoral.

⁷European Commission [En línea]: http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-programme_es

Con la aprobación del Real decreto 43/2015, de 2 de febrero, el Gobierno de Mariano Rajoy permitía que a partir del curso 2016-2017 cada comunidad autónoma decida si quiere flexibilizar la duración de los estudios y permita la convivencia de grados de tres y cuatro años de duración, con másteres oficiales de dos años, en cumplimiento de una reivindicación histórica para equipararse al sistema de la mayoría de estados europeos.⁸

Este hecho motivó la queja de la mayoría de asociaciones de estudiantes y la comunidad universitaria en general. La Asociación Española de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación elaboró un manifiesto a favor de mantener los estudios de comunicación de grado de cuatro años y en contra de la reforma aprobada «sin una discusión en el seno de la comunidad universitaria, en la que intervengan todos los estamentos implicados», a la que se adhirieron distintos colectivos como la Conferencia de Decanos de Estudios de Comunicación de las Universidades Catalanas. El manifiesto también incidía en que «la falta de coherencia en la duración de un mismo título en diferentes universidades españolas supondrá un desequilibrio muy importante en el sistema» y podría incidir en la calidad final de los estudios (ATIC, 2015).

En el ámbito estudiantil la principal reivindicación se focalizó en el precio de los estudios. Teniendo en cuenta que los créditos de grado son más económicos que los de máster, esto hacía suponer que un grado de tres años con un máster de dos (3+2) podría tener un coste económico global superior a los entonces grados de cuatro años con un máster corto de un año (4+1). Esto hacía suponer que las familias con menos recursos se alejarían de la universidad.

En el siguiente epígrafe nos adentramos a analizar realmente si durante el curso 2016-2017 ha habido cambios en la duración de los estudios de comunicación en el territorio español y, en caso afirmativo, cómo se han materializado.

2. Los estudios universitarios oficiales de comunicación en España (2016-2017)

Según fuentes del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, durante el curso 2016-2017, el sistema universitario español estaba formado por un total

⁸A noviembre de 2017, el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) está formado por un total de 48 estados miembros, con la convivencia de tres modalidades de sistemas de enseñanza universitaria: estados donde todos los estudios de grado tienen una duración de tres años (la opción mayoritaria), un segundo grupo con estudios de grado exclusivamente de cuatro años de duración y un tercer modelo, mixto, en el que conviven estudios de tres años de duración con otros de cuatro.

de 84 universidades: 46 públicas y 38 privadas, con tres modalidades posibles de aprendizaje (presencial, semipresencial y virtual). De entre las públicas, dos tienen rango de Universidades del Estado: la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP) y la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). A lo largo de la investigación original llevada a cabo para este capítulo hemos detectado que en 83 de las 84 universidades existentes en España se ofrece algún estudio oficial en comunicación, hecho que demuestra la voluntad de las universidades de no perder la oportunidad de apostar por la formación académica en este ámbito.

2.1. Las ofertas de grado y doble grado

Los estudios de grado son el primer nivel dentro de las enseñanzas de educación superior oficiales en las que el alumno adquiere conocimientos teóricos-prácticos para poder prepararse para desempeñar una profesión. Solo para ejercer determinados trabajos será imprescindible estudiar un máster (denominado «habilitante»), como sucede para los profesores de educación primaria y secundaria, los abogados o ingenieros, entre otros. La obtención de un título oficial de grado dentro del EEES permite al graduado que su título sea reconocido en todos los estados europeos adheridos, sin necesidad de homologación y facilitando, en consecuencia, la movilidad laboral.

Como veremos más adelante, a partir de la entrada en vigor del EEES, el catálogo de la oferta de grados se amplía con la modalidad de dobles grados. En este caso, el alumno opta por estudiar dos grados simultáneos pero compartiendo parte de los planes de estudios de manera que, al tener una serie de asignaturas en común, termina en cinco o seis años pero con una doble formación. Esta modalidad se distingue de la propuesta de «doble titulación» que consiste en ofrecer al estudiante, una vez se ha graduado en una primera titulación, acceder a una segunda carrera, obteniendo el reconocimiento y adaptación de determinados créditos del primer grado y cursando los créditos restantes en el plazo de tiempo que la universidad considere.

Los grados oficiales

Si nos centramos en la oferta de grados universitarios en comunicación en España durante el curso 2016-2017, a partir de nuestra investigación hemos detectado un total de 205 grados oficiales, impartidos por 67 universidades públicas y privadas. En concreto, 106 grados son impartidos por un total de 35 universidades públicas (70 en centros propios y 36 en centros adscritos) y 99 grados en 31 universidades privadas (87 en centros propios y los 12 restantes en centros adscritos), tal como recoge la TABLA 1. A nivel autonómico todas las

comunidades ofrecen algún estudio de grado en comunicación, a excepción del Principado de Asturias.⁹

Se confirma la tendencia mayoritaria en seguir impartiendo estudios de cuatro años de duración: de los 205 grados en comunicación ofertados 203 son de 240 créditos, mientras que solo dos son de 180 ECTS (un 0,98 % de la oferta). Se trata en concreto del grado de Creación Artística para Videojuegos y Juegos Aplicados, impartido por la Escuela de Nuevas Tecnologías Interactivas, adscrita a la Universitat de Barcelona; y el grado de Protocolo y Organización de Eventos, en la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad del Atlántico Medio, en Las Palmas de Gran Canaria. Tendremos que esperar a los próximos cursos para comprobar si la oferta de grados de 180 créditos van aumentando progresivamente, como sucede con otros ámbitos científicos, o no.

La TABLA 1 también refleja datos parciales sobre la oferta de plazas en primer curso. Del total de 205 grados hemos conseguido aportar datos sobre 130 grados que suponen un total de 13.696 plazas en estudios de grado oficial.¹⁰ Las universidades públicas siguen liderando cuantitativamente en el ámbito de los estudios presenciales (la Universidad Complutense de Madrid, con una oferta de 700 plazas para Periodismo, 270 para Comunicación Audiovisual y 270 para Publicidad y Relaciones Públicas; la Universitat Autònoma de Barcelona y la Universidad de Sevilla, con 280 plazas en Periodismo, respectivamente; la Universidad de Alicante, con una oferta de 240 plazas para los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas; y la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, con una oferta de 210 plazas para Periodismo. Entre las universidades a distancia, la mayor oferta la imparte la Universitat Oberta de Catalunya, con 800 plazas en el grado de Multimedia, 600 en Comunicación y 200 en Diseño y Creación Digitales, según datos facilitados por el Ministerio.

Si nos centramos en el precio orientativo de matrícula de primer curso de un grado en comunicación nos encontramos que en el ámbito de las universidades públicas este puede oscilar entre los 591 euros en Galicia y los 2.287 en Catalunya, la comunidad autónoma con los estudios de grado públicos más caros. Si se trata de centros adscritos a universidades públicas, el precio puede oscilar entre los 5.230 y los 6.500 euros y en los centros privados, de los 4.470 a los 19.800 euros. El precio en el caso de las universidades públicas viene marcado por cada administración autonómica, mientras que en las privadas es el centro educativo quien lo define y establece el sistema de pago correspondiente. Aunque sería necesario realizar otro estudio para analizar a fondo la evolución y los costes de los estudios universitarios en general, que

⁹A lo largo del texto se ha optado por utilizar la terminología y grafía usada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte para referirse a las distintas comunidades autónomas.

¹⁰Han quedado fuera del cómputo 75 grados en los cuales no hemos podido acceder al número total de plazas ofertadas en primer curso.

han protagonizado un aumento considerable durante los años de la crisis, merece la pena apuntar que algunas administraciones públicas han introducido un sistema de matriculación variable, en función del nivel de renta familiar.

TABLA 1. OFERTA DE LOS ESTUDIOS DE GRADO EN COMUNICACIÓN UNIVERSITARIOS IMPARTIDOS EN ESPAÑA, POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (CURSO 2016-2017)

UNIVERSIDAD	CENTRO (CIUDAD)	TIPO UNIVERSIDAD/ CENTRO	GRADO
ANDALUCÍA			
Universidad de Cádiz	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (Cádiz)	Pública/propio	Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad de Granada	Facultad de Comunicación y Documentación (Granada)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
Universidad de Málaga	Facultad de Ciencias de la Comunicación (Málaga)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
			Periodismo
			Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad de Sevilla	Facultad de Comunicación (Sevilla)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
			Periodismo
			Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad de Sevilla	Centro Universitario EUSA (Sevilla)	Pública/adscrito	Comunicación Audiovisual
			Periodismo
			Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad Loyola Andalucía	Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Educación (sede Córdoba)	Privada/propio	Comunicación
	Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Educación (sede de Sevilla)	Privada/propio	Comunicación
Universidad Pablo de Olavide	Centro Universitario San Isidoro (Sevilla)	Pública/adscrito	Comunicación Comunicación Digital
ARAGÓN			
Universidad de Zaragoza	Facultad de Filosofía y Letras (Zaragoza)	Pública/propio	Periodismo
Universidad San Jorge (*)	Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales (Villanueva de Gállego, Zaragoza)	Privada/propio	Comunicación Audiovisual
			Comunicación Digital
			Periodismo
			Publicidad y Relaciones Públicas
			Traducción y Comunicación Intercultural

RAMA	OFERTA PLAZAS 1.ER CURSO	NOTA DE CORTE (ACCESO 1.ER CURSO)	CRÉDITOS ECTS TOTAL GRADO	PRECIO CRÉDITO (EN €)	PRECIO MEDIO 1.ER CURSO (EN €)
CS	80	7,459	240	12,62	757
CS	65	9,854	240	12,62	757
CS	130	9,854	240	12,62	757
CS	130	8,753	240	12,62	757
CS	130	9,044	240	12,62	757
CS	142	9,206	240	12,62	757
CS	280	8,456	240	12,62	757
CS	142	8,580	240	12,62	757
AH	120	5,000	240	—	6.109
CS	120	5,000	240	—	6.109
CS	120	5,000	240	—	6.109
CS	60	No aplica	240	—	6.780
CS	60	No aplica	240	—	6.780
CS	60	5,000	240	—	6.181
AH	30	5,000	240	—	6.181
CS	60	9,914	240	22,93	1.376
CS	100	No aplica	240	—	8.940
AH	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
CS	55	No aplica	240	—	8.940
CS	100	No aplica	240	—	8.940
AH	55	No aplica	240	—	8.940

UNIVERSIDAD	CENTRO (CIUDAD)	TIPO UNIVERSIDAD/ CENTRO	GRADO
CANARIAS			
Universidad de La Laguna	Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación (San Cristóbal de La Laguna, Tenerife)	Pública/propio	Periodismo
Universidad del Atlántico Medio	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas (Tafira Baja, Las Palmas de Gran Canaria)	Pública/propio	Cine Protocolo y Organización de Eventos
Universidad Europea de Canarias	Facultad de Ciencias Sociales (La Orotava, Santa Cruz de Tenerife)	Privada/propio	Comunicación Publicitaria
Universidad Fernando Pessoa-Canarias	Facultad de Ciencias Humanas y Sociales (Santa María de Guía, Las Palmas de Gran Canaria)	Privada/propio	Comunicación Audiovisual Periodismo
CANTABRIA			
Universidad Europea del Atlántico	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades (Santander)	Privada/propio	Comunicación Audiovisual Periodismo Publicidad y Relaciones Públicas
CATALUNYA			
Universitat Abat Oliba CEU	Facultad de Ciencias Sociales (Barcelona)	Privada/propio	Periodismo Publicidad y Relaciones Públicas
Universitat Autònoma de Barcelona	Facultad de Ciencias de la Comunicación (Bellaterra)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual Periodismo Publicidad y Relaciones Públicas
Universitat de Barcelona	Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya (Barcelona/Terrassa)	Pública/adscrito	Cine y Medios Audiovisuales
	Facultad de Biblioteconomía y Documentación (Barcelona)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
	Facultad de Filología (Barcelona)	Pública/propio	Comunicación e Industrias Culturales
	Escuela de Nuevas Tecnologías Interactivas (ENTI) (Barcelona)	Pública/adscrito	Contenidos Digitales Interactivos Creación Artística para Videojuegos y Juegos Aplicados
	Escola Superior de Relacions Públiques (Barcelona)	Pública/adscrito	Publicidad y Relaciones Públicas
Universitat de Girona	Escola de Realització Audiovisual i Multimedia (Salt)	Pública/adscrito	Audiovisual y Multimedia
	Escuela Universitaria de Turismo Mediterráneo (Barcelona)	Pública/adscrito	Marketing
	Facultad de Turismo y Letras (Girona)	Pública/propio	Comunicación Cultural Publicidad y Relaciones Públicas

RAMA	OFERTA PLAZAS 1.ER CURSO	NOTA DE CORTE (ACCESO 1.ER CURSO)	CRÉDITOS ECTS TOTAL GRADO	PRECIO CRÉDITO (EN €)	PRECIO MEDIO 1.ER CURSO (EN €)
CS	80	9,650	240	13,20	792
AH	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
CS	n.d.	No aplica	180	—	n.d.
CS	43	No aplica	240	—	7.520
AH	n.d.	No aplica	240	—	9.960
CS	n.d.	No aplica	240	—	9.960
AH	n.d.	No aplica	240	—	5.880
CS	n.d.	No aplica	240	—	5.880
CS	n.d.	No aplica	240	—	5.880
CS	40	No aplica	240	—	8.535
CS	40	No aplica	240	—	8.535
CS	80	10,041	240	35,77	2.146
CS	280	9,631	240	35,77	2.146
CS	80	10,170	240	35,77	2.146
AH	90	6,450	240	—	9.300
AH	50	9,700	240	—	2.146
CS	120	8,364	240	35,77	2.146
AH	80	5,000	240	—	8.000
AH	60	5,000	180	—	8.000
CS	120	8,070	240	—	5.230
AH	50	5,660	240	—	6.000
CS	60	5,000	240	—	5.340
CS	50	5,000	240	25,27	1.516
CS	80	8,078	240	35,77	2.146

UNIVERSIDAD	CENTRO (CIUDAD)	TIPO UNIVERSIDAD/ CENTRO	GRADO
Universitat de Lleida	Facultad de Letras (Lleida)	Público/propio	Comunicación y Periodismo Audiovisuales
Universitat Internacional de Catalunya	Facultad de Ciencias de la Comunicación (Barcelona)	Privada/propio	Comunicación Audiovisual Periodismo Publicidad y Relaciones Públicas
Universitat Politècnica de Catalunya	Centro Universitario EAE (Barcelona)	Pública/adscrito	Marketing y Comunicación Digital
	Centro Universitario Euncet (Terrassa)	Pública/adscrito	Marketing y Comunicación Digital
	Centre de la Imatge i Tecnologia Multimèdia (Terrassa)	Pública/adscrito	Diseño, Animación y Arte Digital Multimedia
Universitat Pompeu Fabra	Facultad de Comunicación (Barcelona)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual Periodismo Publicidad y Relaciones Públicas
	Escuela Superior de Ciencias Sociales y de la Empresa Tecnocampus (Mataró)	Pública/adscrito	Marketing y Comunidades Digitales
	Escuela Superior Politécnica Tecnocampus (Mataró)	Pública/adscrito	Diseño y Producción de Videojuegos Medios Audiovisuales
	Facultad de Letras (Tarragona)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual Periodismo Publicidad y Relaciones Públicas
Universitat Rovira i Virgili	ESIC Business & Marketing School	Pública/adscrito	Marketing
	Universitat Oberta de Catalunya (Barcelona)	Privada/propio	Comunicación Diseño y Creación Digitales Multimedia
Universitat Ramon Llull	Escuela Universitaria de Ingeniería Técnica de Telecomunicación La Salle (Barcelona)	Privada/propio	Animación
	Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna (Barcelona)	Privada/propio	Comunicación Audiovisual Periodismo y Comunicación Corporativa Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing
	ESERP (Barcelona)	Privada/adscrito	Publicidad y Relaciones Públicas
Universitat de Vic- Universitat Central de Catalunya	Facultad de Empresa y Comunicación (Vic)	Privada/propio	Comunicación Audiovisual Marketing y Comunicación Empresarial Periodismo Publicidad y Relaciones Públicas
	Facultad de Ciencias y Tecnología (Vic)	Privada/propio	Multimedia

RAMA	OFERTA PLAZAS 1.ER CURSO	NOTA DE CORTE (ACCESO 1.ER CURSO)	CRÉDITOS ECTS TOTAL GRADO	PRECIO CRÉDITO (EN €)	PRECIO MEDIO 1.ER CURSO (EN €)
CS	90	5,000	240	35,77	2.146
AH	40	No aplica	240	—	8.400
CS	40	No aplica	240	—	8.400
CS	40	No aplica	240	—	8.400
CS	n.d.	5,000	240	—	6.500
CS	100	5,000	240	—	5.700
AH	n.d.	No aplica	180	—	6.360
AH	40	7,018	240	—	6.360
AH	80	11,010	240	35,77	2.287
CS	80	11,592	240	35,77	2.287
CS	80	10,968	240	35,77	2.287
CS	65	5,442	240	—	5.700
CS	55	5,944	240	—	5.329
AH	140	5,078	240	—	5.329
AH	40	7,716	240	35,77	2.146
CS	40	6,832	240	35,77	2.146
CS	40	6,204	240	35,77	2.146
CS	n.d.	5,000	240	—	8.940
CS	400	No aplica	240	—	n.d.
AH	200	No aplica	180	—	n.d.
AH	800	No aplica	240	—	n.d.
AH	75	No aplica	240	—	8.700
AH	100	No aplica	240	—	8.790
CS	100	No aplica	240	—	8.790
CS	100	No aplica	240	—	8.790
CS	80	5,000	240	—	5.800
AH	50	5,000	240	—	5.528
CS	50	5,000	240	—	5.249
CS	60	5,000	240	—	5.528
CS	100	5,000	240	—	5.528
AH	40	5,000	240	—	5.528

UNIVERSIDAD	CENTRO (CIUDAD)	TIPO UNIVERSIDAD/ CENTRO	GRADO
CASTILLA-LA MANCHA			
Universidad de Alcalá	Facultad de Filosofía y Letras, Sección Guadalajara	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
Universidad de Castilla-La Mancha	Facultad de Periodismo (Cuenca)	Pública/propio	Periodismo
CASTILLA Y LEÓN			
IE Universidad	Facultad de Ciencias Humanas, Sociales y de Comunicación (Segovia)	Privada/propio	Comunicación
			Comunicación y Medios Digitales/ <i>Bachelor in Communication and Digital Media</i>
Universidad de Burgos	Facultad de Humanidades y Comunicación (Burgos)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
Universidad de Salamanca	Facultad de Ciencias Sociales (Salamanca)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
Universidad de Valladolid	Facultad de Filosofía y Letras (Valladolid)	Pública/propio	Periodismo
	Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación (Valladolid)	Pública/propio	Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad Europea Miguel de Cervantes	Facultad de Ciencias Sociales (Valladolid)	Privada/propio	Comunicación Audiovisual
			Periodismo
			Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad Pontificia de Salamanca	Facultad de Comunicación (Salamanca)	Privada/propio	Comunicación Audiovisual
			Marketing y Comunicación
			Periodismo
			Publicidad y Relaciones Públicas
COMUNIDAD DE MADRID			
IE Universidad	Centro de Estudios Superiores IE (Campus Madrid)	Privada/adscrito	Comunicación y Medios Digitales/ <i>Bachelor on Communication and Digital Media</i>
Universidad a Distancia de Madrid	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades (Madrid)	Privada/propio	Periodismo
			Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad Antonio de Nebrija	Facultad de Comunicación y Artes (Madrid)	Privada/propio	Comunicación Audiovisual
			Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos
			Diseño Digital y Multimedia
			Periodismo
Universidad Autónoma de Madrid	Centro Superior de Estudios Universitarios La Salle (Madrid)	Pública/adscrito	Diseño y Gestión de Proyectos Transmedia
	Facultad de Filosofía y Letras (Madrid)	Pública/propio	Lenguas Modernas, Cultura y Comunicación

RAMA	OFERTA PLAZAS 1.ER CURSO	NOTA DE CORTE (ACCESO 1.ER CURSO)	CRÉDITOS ECTS TOTAL GRADO	PRECIO CRÉDITO (EN €)	PRECIO MEDIO 1.ER CURSO (EN €)
AH	50	8,075	240	23,09	1.458
CS	88	5,052	240	14,58	875
CS	n.d.	No aplica	240	—	19.800
CS	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
AH	85	6,458	240	18,54	1.112
AH	60	8,330	240	18,54	1.213
CS	120	6,181	240	17,07	1.024
CS	180	5,000	240	17,07	1.024
AH	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
CS	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
CS	n.d.	No aplica	240	—	8.090
AH	n.d.	No aplica	240	—	5.850
CS	n.d.	No aplica	240	—	4.050
CS	n.d.	No aplica	240	—	5.850
CS	n.d.	No aplica	240	—	5.850
CS	n.d.	No aplica	240	—	19.800
CS	n.d.	No aplica	240	—	4.470
CS	n.d.	No aplica	240	—	4.470
AH	n.d.		240	—	n.d.
CS	n.d.	No aplica	240	—	9.100
AH	n.d.	No aplica	240	—	9.400
CS	n.d.	No aplica	240	—	9.100
CS	n.d.	No aplica	240	—	9.100
AH	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
AH	100	6,346	240	23,09	1.385

UNIVERSIDAD	CENTRO (CIUDAD)	TIPO UNIVERSIDAD/ CENTRO	GRADO
Universidad Camilo José Cela	Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital, U-Tad (Las Rozas)	Privada/adscrito	Animación
			Diseño de Productos Interactivos
			Diseño Visual de Contenidos Digitales
	Escuela Universitaria de Diseño, ESNE (Madrid)	Privada/adscrito	Diseño Multimedia y Gráfico
			Diseño y Desarrollo de Videojuegos
	Facultad de Comunicación (Villanueva de la Cañada)	Privada/propio	Artes Digitales/ <i>Bachelor of Digital Arts</i>
Cine			
Comunicación/ <i>Bachelor of Communication</i>			
Universidad Complutense de Madrid	Facultad de Ciencias de la Información (Madrid)	Pública/propio	Protocolo y Organización de Eventos
			Comunicación Audiovisual
			Periodismo
	Centro de Enseñanza Superior Villanueva (Mirasierra/Madrid)	Pública/adscrito	Publicidad y Relaciones Públicas
			Comunicación Audiovisual
	Centro de Estudios Superiores Felipe II (Aranjuez)	Pública/adscrito	Periodismo
Publicidad y Relaciones Públicas			
Universidad Carlos III de Madrid	Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación (Getafe)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
			Gestión de la Información y Contenidos Digitales
			Periodismo
Universidad Europea de Madrid	Escuela de Arquitectura, Ingeniería y Diseño. Campus de Villaviciosa y Alcobendas	Privada/propio	Animación
			Creación y Desarrollo de Videojuegos
			Diseño de Videojuegos
	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Campus de Villaviciosa y Alcobendas	Privada/propio	Comunicación Audiovisual
			Comunicación Audiovisual y Multimedia
			Comunicación Global y Estratégica
			Comunicación Publicitaria
			Marketing
			Periodismo
Protocolo y Organización de Eventos			
Traducción y Comunicación Intercultural			

RAMA	OFERTA PLAZAS 1.ER CURSO	NOTA DE CORTE (ACCESO 1.ER CURSO)	CRÉDITOS ECTS TOTAL GRADO	PRECIO CRÉDITO (EN €)	PRECIO MEDIO 1.ER CURSO (EN €)
AH	n.d.	No aplica	240	—	10.950
AH	n.d.	No aplica	240	—	10.450
AH	n.d.	No aplica	240	—	10.300
AH	n.d.	No aplica	240	—	10.000
AH	n.d.	No aplica	240	—	10.000
AH	n.d.	No aplica	180	—	12.650
AH	n.d.	No aplica	240	—	12.650
CS	n.d.	No aplica	240	—	15.959
CS	n.d.	No aplica	240	—	9.750
AH	270	8,402	240	23,09	1.385
CS	700	7,429	240	23,09	1.385
CS	270	8,510	240	23,09	1.380
AH	50	5,000	240	—	10.250
CS	60	5,000	240	—	10.250
CS	60	5,000	240	—	10.250
AH	n.d.	n.d.	240	—	n.d.
AH	145	10,592	240	23,09	1.385
CS	n.d.	n.d.	240	23,90	1.385
CS	120	9,781	240	23,09	1.385
AH	n.d.	No aplica	240	—	10.380
AH	n.d.	No aplica	240	—	10.380
AH	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
AH	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
AH	n.d.	No aplica	240	—	10.320
CS	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
CS	n.d.	No aplica	240	—	10.320
CS	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
CS	n.d.	No aplica	240	—	10.320
CS	n.d.	n.d.	240	—	n.d.
AH	n.d.	No aplica	240	—	8.700

UNIVERSIDAD	CENTRO (CIUDAD)	TIPO UNIVERSIDAD/ CENTRO	GRADO
Universidad Francisco de Vitoria	Facultad de Ciencias de la Comunicación (Pozuelo de Alarcón)	Privada/propio	Comunicación Audiovisual
			Creación y Narración de Videojuegos
			Periodismo
			Publicidad
Universidad Pontificia Comillas	Facultad de Ciencias Humanas y Sociales (Madrid)	Privada/propio	Comunicación Internacional/ <i>Bachelor in Global Communication</i>
Universidad Rey Juan Carlos	Centro de Educación Superior CEDEU (Madrid)	Pública/adscrito	Protocolo, Organización de Eventos y Comunicación Corporativa
	Escuela Superior Empresarial y Marketing, ESIC (Madrid)	Pública/adscrito	Marketing Publicidad y Relaciones Públicas
	Escuela Superior ESERP Fundación Universitaria (Madrid)	Pública/adscrito	Marketing
	Escuela Universitaria de Artes y Espectáculos (TAI) (Madrid)	Pública/adscrito	Cinematografía y Artes Audiovisuales Fotografía
	Facultad de Ciencias de la Comunicación. Campus de Madrid	Pública/propio	Comunicación Audiovisual Periodismo Protocolo, Organización de Eventos y Comunicación Corporativa Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad San Pablo-CEU	Facultad de Ciencias de la Comunicación. Campus de Fuenlabrada	Pública/propio	Artes Visuales y Danza Comunicación Audiovisual Periodismo Publicidad y Relaciones Públicas
	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus Aranjuez	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
	Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación (Madrid)	Privada/propio	Comunicación Audiovisual Comunicación Digital Periodismo Publicidad y Relaciones Públicas
COMUNITAT VALENCIANA			
Universitat de València (Estudi General)	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación (Valencia)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual Periodismo
Universitat Jaume I	Facultad de Ciencias Humanas y Sociales (Castellón)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual Periodismo Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad Cardenal Herrera-CEU	Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación (Alfara del Patriarca, Valencia)	Privada/propio	Comunicación Audiovisual Periodismo Publicidad y Relaciones Públicas

RAMA	OFERTA PLAZAS 1.ER CURSO	NOTA DE CORTE (ACCESO 1.ER CURSO)	CRÉDITOS ECTS TOTAL GRADO	PRECIO CRÉDITO (EN €)	PRECIO MEDIO 1.ER CURSO (EN €)
AH	n.d.	No aplica	240	—	8.400
AH	n.d.	No aplica	240	—	8.400
CS	n.d.	No aplica	240	—	8.400
CS	n.d.	No aplica	240	—	8.400
CS	n.d.	n.d.	240	—	n.d.
CS	130	n.d.	240	—	n.d.
CS	130	5,000	240	—	n.d.
CS	120	5,000	240	—	n.d.
CS	70	5,000	240	—	n.d.
AH	50	5,000	240	—	n.d.
AH	50	5,000	240	—	8.940
AH	n.d.	8,952	240	23,09	1.385
CS	n.d.	9,330	240	23,09	1.385
CS	130	6,808	240	23,09	1.385
CS	155	6,890	240	23,09	1.385
AH	35	5,000	240	23,09	1.385
AH	170	8,280	240	23,09	1.385
CS	245	6,407	240	23,09	1.385
CS	155	n.d.	240	23,09	1.385
AH	n.d.	n.d.	240	23,09	1.385
AH	n.d.	No aplica	240	—	11.610
AH	n.d.	No aplica	240	—	11.610
CS	n.d.	No aplica	240	—	12.390
CS	n.d.	No aplica	240	—	12.750
AH	80	10,030	240	17,60	1.056
CS	80	11,030	240	17,60	1.056
AH	90	8,500	240	17,60	1.056
CS	90	9,390	240	17,60	1.056
CS	90	8,650	240	17,60	1.056
AH	75	No aplica	240	—	7.220
CS	75	No aplica	240	—	7.220
CS	75	No aplica	240	—	7.220

UNIVERSIDAD	CENTRO (CIUDAD)	TIPO UNIVERSIDAD/ CENTRO	GRADO
Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Valencia)	Privada/propio	Multimedia y Artes Digitales
Universidad de Alicante	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (S. Vicente de Raspeig)	Pública/propio	Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad Europea de Madrid	Centro de Educación Superior Valencia (Valencia)	Privada/adscrito	Traducción y Comunicación Intercultural
Universidad Europea de Valencia	Facultad de Ciencias Sociales (Valencia)	Privada/propio	Traducción y Comunicación Intercultural
Universidad Miguel Hernández de Elche	Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-Valencia)	Pública/adscrito	Comunicación y Relaciones Públicas
	Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo (Alicante)	Pública/adscrito	Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas (Elche)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual Periodismo
Universitat Politècnica de València	Escuela Politécnica Superior de Gandía (Grau de Gandía)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
EXTREMADURA			
Universidad de Extremadura	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación (Badajoz)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
GALICIA			
Universidade da Coruña	Facultad de Ciencias de la Comunicación (A Coruña)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
Universidade de Santiago de Compostela	Facultad de Ciencias de la Comunicación (Santiago de Compostela)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual Periodismo
	Facultad de Humanidades (Santiago de Compostela)	Pública/propio	Ciencias de la Cultura y Difusión Cultural
Universidad de Vigo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (Vigo)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad San Jorge (*)	Centro de Estudios Superiores Universitarios de Galicia, CESUGA (A Coruña)	Privada/adscrito	Traducción y Comunicación Intercultural Publicidad y Relaciones Públicas
ILLES BALEARS			
Universitat de les Illes Balears	Escuela Universitaria de Turismo Felipe Moreno (Palma)	Pública/adscrito	Protocolo y Organización de Eventos
	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (Palma)	Pública/adscrito	Comunicación Audiovisual Periodismo Publicidad y Relaciones Públicas

RAMA	OFERTA PLAZAS 1.ER CURSO	NOTA DE CORTE (ACCESO 1.ER CURSO)	CRÉDITOS ECTS TOTAL GRADO	PRECIO CRÉDITO (EN €)	PRECIO MEDIO 1.ER CURSO (EN €)
AH	n.d.	No aplica	240	—	4.990
CS	240	7,390	240	17,60	1.056
AH	240	No aplica	240	—	n.d.
AH	240	No aplica	240	—	n.d.
CS	50	5,230	240	17,60	7.202
CS	70	5,380	240	—	5.785
AH	60	8,280	240	17,60	1.056
CS	125	7,750	240	17,60	1.056
AH	80	8,780	240	17,60	1.056
AH	70	6,857	240	12,33	740
AH	50	9,264	240	9,85	591
AH	50	9,858	240	9,85	591
CS	75	10,530	240	9,85	591
CS	65	6,428	240	9,85	591
AH	45	8,882	240	9,85	591
CS	100	8,076	240	9,85	591
AH	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
CS	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
CS	20	5,006	240	—	5.711
AH	n.d.	No aplica	240	—	6.869
CS	n.d.	No aplica	240	—	6.869
CS	n.d.	No aplica	240	—	6.869

UNIVERSIDAD	CENTRO (CIUDAD)	TIPO UNIVERSIDAD/ CENTRO	GRADO
Universidad Pontificia Comillas	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (Palma)	Privada/adscrito	Comunicación Audiovisual
			Periodismo
			Publicidad y Relaciones Públicas
LA RIOJA			
Universidad Internacional de La Rioja	Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanidades (Logroño)	Privada/propio	Comunicación
			Diseño Digital
NAVARRA			
Universidad de Navarra	Facultad de Comunicación (Pamplona)	Privada/propio	Comunicación Audiovisual
			Marketing
			Periodismo
PAÍS VASCO			
Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (Leioa)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
			Periodismo
			Publicidad y Relaciones Públicas
Mondragon Unibertsitatea	Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación	Privada/propio	Comunicación Audiovisual
Universidad de Deusto	Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Campus de San Sebastián	Privada/propio	Comunicación
REGIÓN DE MURCIA			
Universidad Católica San Antonio	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (Guadalupe)	Privada/propio	Comunicación (en línea)
			Comunicación Audiovisual
			Periodismo
			Publicidad y Relaciones Públicas
Universidad de Murcia	Facultad de Comunicación y Documentación (Murcia)	Pública/propio	Comunicación Audiovisual
			Periodismo
			Publicidad y Relaciones Públicas
TOTAL: 67 UNIVERSIDADES	101 CENTROS		205 GRADOS

n.d.: Datos no disponibles.

(*): La Universidad San Jorge imparte estudios en Aragón y Galicia, pero se ha computado como una única institución.

Nota: Clasificación del MECD (Gobierno de España): AH (Artes y Humanidades: «Artes, Humanidades, Lenguas, Otras artes y humanidades, Técnicas audiovisuales y Medios de comunicación»); CS (Ciencias Sociales y Jurídicas: «Administración y gestión de empresas, Derecho, Economía, Otra educación comercial y empresarial, Otras ciencias sociales, educación comercial y derecho, Otras ciencias sociales y del comportamiento, Periodismo e información, Psicología»).

RAMA	OFERTA PLAZAS 1.ER CURSO	NOTA DE CORTE (ACCESO 1.ER CURSO)	CRÉDITOS ECTS TOTAL GRADO	PRECIO CRÉDITO (EN €)	PRECIO MEDIO 1.ER CURSO (EN €)
AH	n.d.	No aplica	240	—	6.869
CS	n.d.	No aplica	240	—	6.869
CS	n.d.	No aplica	240	—	6.869
CS	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
AH	n.d.	No aplica	240	—	n.d.
AH	90	No aplica	240	—	10.338
CS	90	No aplica	240	—	10.920
CS	120	No aplica	240	—	10.338
AH	75	8,014	240	14,39	898
CS	210	6,921	240	14,39	879
CS	125	7,610	240	14,39	898
AH	n.d.	No aplica	240	—	4.740
AH	n.d.	No aplica	240	—	6.822
CS	60	No aplica	240	—	3.000
AH	60	No aplica	240	—	4.267
CS	60	No aplica	240	—	4.267
CS	60	No aplica	240	—	4.267
AH	66	8,618	240	14,38	863
CS	70	8,609	240	14,38	863
CS	85	7,511	240	14,38	863

Fuente: Elaboración propia a partir del portal QEDU del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte; el portal NotasdeCorte.es; Windatt (AQU) de la Generalitat de Catalunya; y consulta personal a los centros universitarios.

A partir de nuestra investigación podemos afirmar, según datos del Ministerio de Educación y Cultura, que de los 205 grados 120 están adscritos a las ciencias sociales y jurídicas (58,54%), mientras que 85 dependen de la rama científica de las artes y las humanidades (41,46%), una proporción que ha ido aumentando en los últimos años a favor de esta última rama científica.

Tradicionalmente, los estudios de comunicación han tenido una alta demanda. En el curso 2016–2017 las universidades públicas que pidieron una nota de corte más alta fueron la Universidad Pompeu Fabra (con un 11,592 para acceder a Periodismo y un 11,010 para Comunicación Audiovisual), seguido por la Universitat de València (Estudi General), con un 11,030 para poder entrar en Periodismo. En el otro extremo encontramos, tal como recoge la TABLA 1, que para determinados estudios oficiales en universidades privadas se pide un 5,000 o incluso ninguna nota de corte para poder formalizar la matriculación.

Si pasamos a centrarnos en los títulos de los 205 grados detectamos un total de 55 titulaciones distintas (véase TABLAS 1 y 2). Comunicación Audiovisual (con una oferta de 46 grados), Periodismo (con 39) y Publicidad y Relaciones Públicas (con 37) siguen siendo los estudios con una oferta más amplia, seguidos por Comunicación (con 9); Marketing (con 6); Traducción y Comunicación Intercultural (con 5); Protocolo y Organización de Eventos (con 4); Animación, Comunicación Digital, Ciencias de la Cultura y Difusión Cultural, y Multimedia (con 3 grados, cada una); Cine, Comunicación Publicitaria, Comunicación Digital, Marketing y Difusión Cultural, y Protocolo, Organización de Eventos y Comunicación Corporativa (con 2).

TABLA 2. RELACIÓN DE TITULACIONES DE GRADO DE COMUNICACIÓN UNIVERSITARIOS IMPARTIDOS EN ESPAÑA (CURSO 2016-2017)

TITULACIONES DE GRADO	
Animación	Diseño Digital
Artes Digitales	Diseño Digital y Multimedia
Artes Visuales y Danza	Diseño Multimedia y Gráfico
Audiovisual y Multimedia	Diseño y Creación Digitales
Ciencias de la Cultura y Difusión Cultural	Diseño y Gestión de Proyectos Transmedia
Cine	Diseño y Desarrollo de Videojuegos
Cine y Medios Audiovisuales	Diseño y Producción de Videojuegos
Cinematografía y Artes Audiovisuales	Diseño Visual de Contenidos Digitales
Comunicación	Fotografía
Comunicación Audiovisual	Gestión de la Información y Contenidos Digitales

TITULACIONES DE GRADO	
Comunicación Audiovisual y Multimedia	Lenguas Modernas, Cultura y Comunicación
Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos	Marketing
Comunicación Digital	Marketing y Comunicación
Comunicación Cultural	Marketing y Comunicación Digital
Comunicación Global y Estratégica	Marketing y Comunicación Empresarial
Comunicación Internacional	Marketing y Comunidades Digitales
Comunicación Publicitaria	Medios Audiovisuales
Comunicación y Medios Digitales	Multimedia
Comunicación e Industrias Culturales	Multimedia y Artes Digitales
Comunicación y Periodismo Audiovisuales	Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
Comunicación y Relaciones Públicas	Periodismo
Contenidos Digitales Interactivos	Periodismo y Comunicación Corporativa
Creación Artística para Videojuegos y Juegos Aplicados	Protocolo, Organización de Eventos y Comunicación Corporativa
Creación y Desarrollo de Videojuegos	Protocolo y Organización de Eventos
Creación y Narración de Videojuegos	Publicidad y Relaciones Públicas
Diseño, Animación y Arte Digital	Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing
Diseño de Videojuegos	Traducción y Comunicación Intercultural
Diseño de Productos Interactivos	
TOTAL TITULACIONES: 55	

Fuente: Elaboración propia a partir del portal QEDU del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y consulta personal a los centros universitarios.

Si seguimos analizando las titulaciones que quedan recogidas en las TABLAS 1 y 2, se confirma la consolidación como estudios oficiales universitarios de ámbitos que hasta esta última década habían correspondido a enseñanzas técnicas superiores, como puede ser Animación, Fotografía y Cinematografía, y se impulsan estudios de nueva creación como las Ciencias de la Cultura y Difusión Cultural o Traducción y Comunicación Intercultural, que nacen para poder atender una demanda profesional del sector. La oferta en torno a la creación de videojuegos también sale reforzada con cinco titulaciones distintas, unas enseñanzas que anteriormente correspondían exclusivamente a enseñanzas vinculadas a la informática e ingenierías técnicas y superiores.

No queremos terminar este apartado dedicado a las ofertas de grado sin antes hacer una pequeña reflexión sobre la variedad en la denominación de

las titulaciones. Quizás la oferta de tres titulaciones hasta los primeros años 2000 era demasiado reducida, pero la tabla con la relación de 55 titulaciones impartidas durante del curso 2016-2017 en España nos plantea dudas sobre su futura viabilidad y la verdadera diferencia o no de contenidos entre los planes de estudio de titulaciones parecidas. ¿Seríamos realmente capaces de distinguir entre el grado de Audiovisual y Multimedia, respecto al de Comunicación Audiovisual y Multimedia?

Los dobles grados oficiales

La oferta de dobles grados en comunicación se concentra en Andalucía, Canarias, Catalunya, Comunidad de Madrid, Comunitat Valenciana, Extremadura, Galicia, Illes Balears, Navarra y País Vasco, con un predominio de universidades privadas (con un total de 14) sobre las públicas (11). Si nos centramos en las facultades y centros que los imparten, encontramos 14 centros propios de universidades públicas, 4 centros adscritos a universidades públicas y 23 centros privados propios, que imparten un total de 123 dobles grados: 78 adscritos a las ciencias sociales y jurídicas y 45 a las artes y las humanidades (véase la TABLA 3).

TABLA 3. RELACIÓN DE DOBLES GRADOS DE COMUNICACIÓN UNIVERSITARIOS IMPARTIDOS EN ESPAÑA, POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (CURSO 2016-2017)

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNIVERSIDAD/ CENTRO	DOBLE GRADO (PROGRAMACIÓN CONJUNTA DE ESTUDIOS OFICIALES)	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS
ANDALUCÍA					
Universidad de Cádiz	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Pública/ propio	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Marketing e Investigación de Mercados	CS	324,0
			Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Turismo	CS	318,0
Universidad de Sevilla	Centro Universitario EUSA	Pública/ adscrito	Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual	CS	372,0
	Facultad de Comunicación	Pública/ propio	Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual	CS	372,0
Universidad Loyola Andalucía	Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Educación (Sede de Córdoba)	Privada/ propio	Grado en Relaciones Internacionales/ Grado en Comunicación	CS	417,0
Universidad Pablo de Olavide	Centro Universitario San Isidro (Sevilla)	Pública/ propio	Grado en Comunicación/ Grado en Comunicación Digital	CS	360,0

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNIVER- SIDAD/ CENTRO	DOBLE GRADO (PROGRAMACIÓN CONJUNTA DE ESTUDIOS OFICIALES)	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS
CANARIAS					
Universidad Europea de Canarias	Universidad Europea de Madrid (La Orotava, Tenerife)	Privada/ propio	Grado en Marketing y Dirección Comercial/ Grado en Comunicación Publicitaria	CS	384,0
Universidad Fernando Pessoa-Canarias	Facultad de Ciencias Humanas y Sociales	Privada/ propio	Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual	CS	324,0
CASTILLA Y LEÓN					
Universidad de Valladolid	Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación	Pública/ propio	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Turismo	CS	330,0
CATALUNYA					
Univesitat Abat Oliba CEO	Facultad de Ciencias Sociales	Privada/ propio	Grado en Periodismo/Grado en Ciencias Políticas	CS	381,0
			Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Marketing y Dirección Comercial	CS	360,0
			Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Periodismo	CS	360,0
Universitat de Barcelona	Facultad de Biblioteconomía y Documentación	Pública/ propio	Grado en Comunicación Audiovisual/Grado en Información y Documentación	CS	348,0
Universitat de Girona	Escuela Universitaria de Turismo Mediterráneo	Pública/ adscrito	Grado en Marketing/ Grado en Turismo	CS	360,0
Universitat de Vic- Universitat Central de Catalunya	Universitat de Vic- Universitat Central de Catalunya	Privada/ propio	Grado en Administración y Dirección de Empresas/ Grado de Publicidad y Relaciones Públicas	CS	366,0
Universitat Pompeu Fabra	Escuela Superior de Ciencias Sociales y de la Empresa Tecnocampus	Pública/ adscrito	Grado en Administración de Empresas y Gestión de la Innovación/Grado en Marketing y Comunidades Digitales	CS	326,0
	Pompeu Fabra	Pública/ propio	Grado en Administración de Empresas y Gestión de la Innovación/Grado en Marketing y Comunidades Digitales	CS	326,0
COMUNIDAD DE MADRID					
Universidad Antonio de Nebrija	Facultad de Comunicación y Artes	Privada/ propio	Grado en Comunicación Audiovisual/Grado en Publicidad	AH	336,0

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNI- VERSIDAD/ CENTRO	DOBLE GRADO (PROGRAMACIÓN CONJUNTA DE ESTUDIOS OFICIALES)	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS
Universidad Antonio de Nebrija (continuación)	Facultad de Comunicación y Artes (continuación)	Privada/ propio	Grado en Comunicación Audiovisual/Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	AH	330,0
			Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual	AH	318,0
			Grado en Periodismo/Grado en Relaciones Internacionales	CS	336,0
			Grado en Publicidad/Grado en Turismo	CS	330,0
			Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Comunicación Audiovisual	CS	342,0
			Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos	CS	n.d.
			Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Diseño Digital y Multimedia	CS	n.d.
	Grado de Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Marketing	CS	n.d.		
	Facultad de Lenguas y Educación	Privada/ propio	Grado en Artes Escénicas/Grado en Comunicación Audiovisual	CS	366,0
	Facultad de Ciencias Sociales	Privada/ propio	Grado en Administración de Empresas/Grado en Publicidad	CS	324,0
Grado en Relaciones Internacionales/Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos			CS	n.d.	
Grado en Administración y Dirección de Empresas/Grado en Marketing y Comunicación Comercial			CS	312,0	
Grado en Publicidad/Grado en Comunicación Audiovisual			AH	318,0	
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Marketing y Comunicación Comercial			CS	312,0	
Universidad Antonio de Nebrija	Privada/ propio	Grado en Turismo/Grado en Marketing y Comunicación Comercial	CS	318,0	
		Grado en Turismo/Grado en Publicidad	CS	342,0	

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNI- VERSIDAD/ CENTRO	DOBLE GRADO (PROGRAMACIÓN CONJUNTA DE ESTUDIOS OFICIALES)	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS
Universidad Carlos III de Madrid	Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación	Pública/ propio	Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual	AH	300,0
			Grado en Periodismo/Grado en Humanidades	AH	360,0
			Grado en Ciencia Política y Gestión Pública/Grado en Periodismo	CS	336,0
	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Fuenlabrada	Pública/ propio	Grado en Comunicación Audiovisual/Grado en Administración y Dirección de Empresas	CS	339,0
			Grado en Historia/Grado en Periodismo	AH	361,5
			Grado en Lengua y Literatura Española/Grado en Periodismo	AH	372,0
Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual			AH	300,0	
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Administración y Dirección de Empresas			AH	328,5	
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Marketing			CS	331,5	
Universidad Rey Juan Carlos	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Madrid	Pública/ propio	Grado en Relaciones Internacionales/Grado en Periodismo	CS	318,0
			Grado en Derecho/Grado en Periodismo	CS	363,0
			Grado en Economía/Grado en Periodismo	CS	334,5
			Grado en Ciencia Política y Gestión Pública/Grado en Periodismo	CS	336,0
			Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual	AH	300,0
			Grado en Historia/Grado en Periodismo	AH	361,5
	Facultad de Humanidades	Pública/ propio	Grado en Administración y Dirección de Empresas/Grado en Marketing	CS	n.d.
			Grado en Periodismo/Grado en Humanidades	CS	n.d.
			Grado en Turismo/Grado en Marketing	CS	310,5

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNI- VERSIDAD/ CENTRO	DOBLE GRADO (PROGRAMACIÓN CONJUNTA DE ESTUDIOS OFICIALES)	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS
Universidad Camilo José Cela	Universidad Camilo José Cela	Privada/ propio	Grado en Cine/Grado en Comunicación Audiovisual	AH	375,0
			Grado en Comunicación Audiovisual/Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	AH	330,0
			Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual	AH	324,0
			Grado en Periodismo/Grado en Protocolo y Organización de Eventos	CS	378,0
			Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Protocolo y Organización de Eventos	CS	378,0
Universidad Europea de Madrid	Escuela de Arquitectura, Ingeniería y Diseño. Campus Villaviciosa y Alcobendas	Privada/ propio	Grado en Animación/Grado en Diseño de Videojuegos	AH	n.d.
			Grado en Diseño de Videojuegos/Grado en Ingeniería Informática	AH	n.d.
	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Campus de Villaviciosa y Alcobendas	Privada/ propio	Grado en Creación Musical/Grado en Comunicación Audiovisual	AH	357,0
			Grado en Comunicación Publicitaria/Grado en Comunicación Audiovisual	AH	306,0
			Grado en Marketing y Dirección Comercial/Grado en Comunicación Publicitaria	CS	384,0
			Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual	AH	318,0
			Grado en Derecho/Grado en Marketing y Dirección Comercial	CS	n.d.
			Grado en Animación/Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia	AH	330,0
			Grado en Animación/Grado en Creación y Desarrollo de Videojuegos	AH	294,0
			Grado en Creación y Desarrollo de Videojuegos/Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia	AH	318,0
Facultad de Artes y Comunicación (Villaviciosa de Odón)	Privada/ propio	Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia/Grado en Artes Escénicas y Mediáticas	AH	354,0	
		Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia/Grado en Creación Musical	AH	357,0	

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNIVERSIDAD/ CENTRO	DOBLE GRADO (PROGRAMACIÓN CONJUNTA DE ESTUDIOS OFICIALES)	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS	
Universidad Europea de Madrid (continuación)	Facultad de Artes y Comunicación (continuación)	Privada/ propio	Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia/Grado en Dirección y Creación de Empresas	AH	360,0	
			Grado en Comunicación Publicitaria/Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia	AH	306,0	
			Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual (en extinción)	AH	318,0	
			Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia/Grado en Comunicación Publicitaria	AH	354,0	
				Grado en Artes Escénicas y Mediáticas/Grado en Ciencias de la Danza	AH	357,0
				Grado en Artes Escénicas y Mediáticas/Grado en Creación Musical	AH	360,0
				Grado en Relaciones Internacionales/Grado en Traducción y Comunicación Intercultural	AH	360,0
				Grado en Comunicación Publicitaria/Grado en Diseño	AH	318,0
				Grado en Relaciones Internacionales/Grado en Periodismo	CS	358,5
				Grado en Periodismo/Grado en Economía	CS	360,0
				Grado en Periodismo/Grado en Humanidades	CS	360,0
		Universidad Europea de Madrid	Privada/ propio	Grado en Periodismo/Grado en Relaciones Internacionales	CS	315,0
				Grado en Comunicación Publicitaria/Grado en Marketing y Dirección Comercial	CS	360,0
				Grado en Comunicación Publicitaria/Grado en Protocolo y Organización de Eventos	CS	333,0
				Grado en Periodismo/Grado en Protocolo y Organización de Eventos	CS	n.d.
				Grado en Marketing y Dirección Comercial/Grado en Comunicación Publicitaria	CS	n.d.
				Grado en Relaciones Internacionales/Grado en Traducción y Comunicación Intercultural	CS	360,0

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNI- VERSIDAD/ CENTRO	DOBLE GRADO (PROGRAMACIÓN CONJUNTA DE ESTUDIOS OFICIALES)	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS
Universidad Pontificia Comillas	Facultad de Ciencias Humanas y Sociales	Privada/ propio	Grado en Traducción e Interpretación/Grado en Comunicación Internacional- <i>Bachelor in Global Communication</i>	AH	345,0
			Grado en Relaciones Internacionales/Grado en Comunicación Internacional- <i>Bachelor in Global Communication</i>	CS	345,0
			Grado en Relaciones Internacionales/Grado en Protocolo, Organización de Eventos y Comunicación Corporativa	CS	357,0
Universidad San Pablo CEU	Universidad San Pablo CEU	Privada/ propio	Grado en Comunicación Digital/ Grado en Comunicación Audiovisual	CS	n.d.
			Grado en Comunicación Digital/ Grado en Periodismo	CS	336,0
			Grado en Comunicación Digital/ Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	AH	330,0
			Grado en Historia/ Grado en Periodismo	AH	414,0
			Grado en Ciencias Políticas/ Grado en Periodismo	CS	n.d.
	Facultad de Derecho	Privada/ propio	Grado en Derecho/ Grado en Periodismo	CS	n.d.
			Grado en Derecho/Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	CS	n.d.
			Grado en Comunicación Audiovisual/Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	AH	336,0
			Grado en Humanidades/Grado en Comunicación Audiovisual	AH	370,5
			Grado en Humanidades/Grado en Comunicación Digital	AH	372,0
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación	Privada/ propio	Grado en Humanidades/ Grado en Periodismo	AH	363,0	
		Grado en Humanidades/Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	AH	381,0	
		Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual	AH	336,0	
		Grado en Periodismo/Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	CS	330,0	
		Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Marketing	CS	n.d.	

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNI- VERSIDAD/ CENTRO	DOBLE GRADO (PROGRAMACIÓN CONJUNTA DE ESTUDIOS OFICIALES)	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS
Universidad San Pablo CEU (continuación)	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	Privada/ propio	Grado en Economía/Grado en Periodismo	CS	n.d.
			Grado en Marketing y Gestión Comercial/Grado en Comunicación Digital	AH	402,0
COMUNITAT VALENCIANA					
Universidad Cardenal Herrera-CEU	Universidad Cardenal Herrera-CEU	Privada/ propio	Grado en Comunicación Audiovisual/Grado en Periodismo	CS	354,0
			Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual	CS	354,0
			Grado en Periodismo/Grado en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales	CS	397,5
			Grado en Periodismo/Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	CS	354,0
			Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales	CS	397,5
			Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Comunicación Audiovisual	CS	354,0
			Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Marketing	CS	396,0
EXTREMADURA					
Universidad de Extremadura	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación	Pública/ propio	Grado en Información y Documentación/Grado en Comunicación Audiovisual	CS	354,0
GALICIA					
Universidade de Santiago de Compostela	Facultad de Ciencias de la Comunicación	Pública/ propio	Grado en Comunicación Audiovisual/Grado en Periodismo	CS	330,0
ILLES BALEARS					
Universitat de les Illes Balears	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez	Pública/ adscrito	Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual	CS	306,0
	Universitat de les Illes Balears	Pública/ propio	Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual	CS	306,0
Universitat Pontificia Comillas	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez	Privada/ adscrito	Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual	AH	306,0
NAVARRA					
Universidad de Navarra	Facultad de Filosofía y Letras	Privada/ propio	Grado en Filología Hispánica/Grado en Comunicación Audiovisual	AH	243,0

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNIVER- SIDAD/ CENTRO	DOBLE GRADO (PROGRAMACIÓN CONJUNTA DE ESTUDIOS OFICIALES)	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS
Universidad de Navarra (continuación)	Facultad de Filosofía y Letras (continuación)	Privada/ propio	Grado en Filología Hispánica/ Grado en Periodismo	CS	342,0
			Grado en Historia/ Grado en Periodismo	CS	343,5
			Grado en Filosofía/ Grado en Periodismo	CS	348,0
PAÍS VASCO					
Universidad de Deusto	Universidad de Deusto	Privada/ propio	Grado en Derecho/ Grado en Comunicación	CS	366,0
TOTAL UNIVER- SIDADES: 25	41 CENTROS		123 DOBLES GRADOS		

Nota: Clasificación del MEC (Gobierno de España): AH (Artes y Humanidades: «Artes, Humanidades, Lenguas, Otras artes y humanidades, Técnicas audiovisuales y Medios de comunicación»); CS (Ciencias Sociales y Jurídicas: «Administración y gestión de empresas, Derecho, Economía, Otra educación comercial y empresarial, Otras ciencias sociales, educación comercial y derecho, Otras ciencias sociales y del comportamiento, Periodismo e información, Psicología»).

Fuente: Elaboración propia a partir del portal QEDU del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y consulta personal a los centros universitarios.

Uno de los temas más controvertidos en los estudios de doble grado es el total de créditos necesarios para obtener la titulación, que oscila considerablemente de unos estudios a otros. Mientras que para el doble grado en Animación/ Creación y Desarrollo de Videojuegos de la Universidad Europea de Madrid se necesitan 294 créditos ECTS y para el doble grado de Periodismo/Comunicación Audiovisual en las universidades Carlos III de Madrid y Rey Juan Carlos un total 300 créditos ECTS, para el doble grado en Historia/Periodismo impartido por la Universidad CEU San Pablo de Madrid se tienen que superar un total de 414 créditos ECTS.

Esto supone, en síntesis, una media de 344 créditos ECTS para estudiar un doble grado oficial en comunicación, durante el curso 2016-2017, en España.

Si nos centramos en el total de 82 titulaciones distintas ofertadas, según muestran las TABLAS 3 y 4, se confirma el acercamiento a los estudios de comunicación por parte de disciplinas propias de las ciencias sociales (como administración y dirección de empresas, marketing, ciencias políticas, derecho o relaciones internacionales), y también desde las artes y las humanidades (animación, artes escénicas, filología, filosofía o traducción e interpretación).

TABLA 4. RELACIÓN DE TITULACIONES DE DOBLES GRADOS DE COMUNICACIÓN UNIVERSITARIOS IMPARTIDOS EN ESPAÑA (CURSO 2016-2017)

TITULACIONES DE DOBLES GRADOS (PROGRAMA CONJUNTO DE ESTUDIOS OFICIALES)

- Grado en Administración de Empresas y Gestión de la Innovación/Grado en Marketing y Comunidades Digitales
- Grado en Administración y Dirección de Empresas/Grado en Marketing
- Grado en Administración y Dirección de Empresas/Grado de Publicidad y Relaciones Públicas
- Grado en Administración y Dirección de Empresas/Grado en Marketing y Comunicación Comercial
- Grado en Administración de Empresas/Grado en Publicidad
- Grado en Animación/Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia
- Grado en Animación/Grado en Creación y Desarrollo de Videojuegos
- Grado en Animación/Grado en Diseño de Videojuegos
- Grado en Artes Escénicas/Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Artes Escénicas y Mediáticas/Grado en Ciencias de la Danza
- Grado en Artes Escénicas y Mediáticas/Grado en Creación Musical
- Grado en Ciencia Política y Gestión Pública/Grado en Periodismo
- Grado en Ciencias Políticas/Grado en Periodismo
- Grado en Cine/Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Comunicación/Grado en Comunicación Digital
- Grado en Comunicación Audiovisual/Grado en Administración y Dirección de Empresas
- Grado en Comunicación Audiovisual/Grado en Información y Documentación
- Grado en Comunicación Audiovisual/Grado en Periodismo
- Grado en Comunicación Audiovisual/Grado en Publicidad
- Grado en Comunicación Audiovisual/Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia/Grado en Artes Escénicas y Mediáticas
- Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia/Grado en Creación Musical
- Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia/Grado en Administración y Dirección de Empresas
- Grado en Comunicación Digital/Grado en Comunicación
- Grado en Comunicación Digital/Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Comunicación Digital/Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Grado en Comunicación Publicitaria/Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Comunicación Publicitaria/Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia
- Grado en Comunicación Publicitaria/Grado en Diseño
- Grado en Comunicación Publicitaria/Grado en Marketing y Dirección Comercial
- Grado en Comunicación Publicitaria/Grado en Protocolo y Organización de Eventos
- Grado en Creación Musical/Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Creación y Desarrollo de Videojuegos/Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia
- Grado en Derecho/Grado en Comunicación
- Grado en Derecho/Grado en Marketing y Dirección Comercial
- Grado en Derecho/Grado en Periodismo

- Grado en Derecho/Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Grado en Diseño de Videojuegos/Grado en Ingeniería Informática
- Grado en Economía/Grado en Periodismo
- Grado en Filología Hispánica/Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Filología Hispánica/Grado en Periodismo
- Grado en Filosofía/Grado en Periodismo
- Grado en Historia/Grado en Periodismo
- Grado en Humanidades/Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Humanidades/Grado en Comunicación Digital
- Grado en Humanidades/Grado en Periodismo
- Grado en Humanidades/Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Grado en Información y Documentación/Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Lengua y Literatura Española/Grado en Periodismo
- Grado en Marketing/Grado en Turismo
- Grado en Marketing y Gestión Comercial/Grado en Comunicación Digital
- Grado en Marketing y Dirección Comercial/Grado en Comunicación Publicitaria
- Grado en Periodismo/Grado en Ciencias Políticas
- Grado en Periodismo/Grado en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales
- Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Periodismo/Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia
- Grado en Periodismo/Grado en Economía
- Grado en Periodismo/Grado en Humanidades
- Grado en Periodismo/Grado en Relaciones Internacionales
- Grado en Periodismo/Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Grado en Periodismo/Grado en Protocolo y Organización de Eventos
- Grado en Periodismo/Grado en Relaciones Internacionales
- Grado en Publicidad/Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Publicidad/Grado en Turismo
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Administración y Dirección de Empresas
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Diseño Digital y Multimedia
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Marketing
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Marketing e Investigación de Mercados
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Marketing y Comunicación Comercial
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Marketing y Dirección Comercial
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Protocolo y Organización de Eventos
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas/Grado en Turismo
- Grado en Relaciones Internacionales/Grado en Comunicación
- Grado en Relaciones Internacionales/Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos
- Grado en Relaciones Internacionales/Grado en Periodismo
- Grado en Relaciones Internacionales/Grado en Protocolo, Organización de Eventos y Comunicación Corporativa

- Grado en Relaciones Internacionales/Grado en Traducción y Comunicación Intercultural
- Grado en Relaciones Públicas/Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Relaciones Internacionales/Grado en Comunicación Internacional-*Bachelor in Global Communication*
- Grado en Traducción e Interpretación/Grado en Comunicación Internacional-*Bachelor in Global Communication*
- Grado en Turismo/Grado en Marketing
- Grado en Turismo/Grado en Marketing y Comunicación Comercial
- Grado en Turismo/Grado en Publicidad

TOTAL TITULACIONES: 85

Fuente: Elaboración propia a partir del portal QEDU del Ministerio de Educación. Cultura y Deporte, y consulta personal a los centros universitarios.

Generalmente, en el caso de los estudios de doble grado, el primer grado de la titulación aporta la rama científica a la que se adherirá la titulación. De esta forma, el doble grado en Humanidades/Periodismo quedará adscrito en artes y humanidades, pero en cambio el doble grado en Periodismo/Humanidades dependerá, por su plan de estudios, del ámbito de las ciencias sociales y jurídicas.

2.2. La oferta de máster y doble máster

Las enseñanzas de segundo ciclo universitario están formadas por los másteres y dobles másteres, unos estudios que se caracterizan por ofrecer al estudiante una formación especializada complementaria a la obtenida durante el primer ciclo. En el caso de los estudios presenciales, esta formación se imparte con grupos mucho más reducidos que en el caso de los grados.

Los másteres oficiales

Durante el curso académico 2016-2017 en cada una de las 17 comunidades autónomas se podía estudiar algún máster especializado en comunicación (véase la TABLA 5). Además, las dos universidades del Estado (la Universidad Internacional Menéndez Pelayo y la Universidad Nacional de Educación a Distancia) también se suman a la oferta de estudios de segundo ciclo universitario.

En total detectamos 265 másteres especializados directamente o indirectamente en temas de comunicación, con un claro predominio a los de un año de duración. En concreto, 237 son de 60 créditos ECTS y los 28 restantes oscilan entre los 65 y 120. La rama de las ciencias sociales y jurídicas también predomina, con un 62,27% de los másteres, frente a la de artes y las humanidades, con una proporción del 36,60%. Además, 3 de estos másteres (1,13%) se adscriben

al ámbito de la Educación, que el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte clasifica como una rama científica independiente a la de artes y humanidades.

TABLA 5. OFERTA DE LOS ESTUDIOS DE MÁSTERES EN COMUNICACIÓN UNIVERSITARIOS IMPARTIDOS EN ESPAÑA, POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (CURSO 2016-2017)

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
ANDALUCÍA					
Universidad de Almería	Facultad de Humanidades	Público/ propio	Estudios Ingleses: Aplicaciones Profesionales y Comunicación Intercultural	AH	60
			Comunicación Social	CS	60
Universidad de Cádiz	Facultad de Filosofía y Letras	Público/ propio	Comunicación Internacional	AH	60
	Escuela de Doctorado	Público/ propio	Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación	CS	60
	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	Público/ propio	Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa	CS	60
	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Público/ propio	Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación	CS	60
Universidad de Córdoba	Instituto de Estudios de Postgrado	Público/ propio	Dirección de Marketing Digital y Social	CS	60
			Cinematografía	AH	60
Universidad de Granada	Escuela Internacional de Postgrado	Público/ propio	Artes Visuales y Educación: un Enfoque Construcccionista [interuniversitario]	E	60
			Nuevos Medios Interactivos y Periodismo Multimedia	AH	60
			Información y Comunicación Científica	CS	60
Universidad de Huelva	Facultad de Educación, Psicología y Ciencias del Deporte	Público/ propio	Comunicación y Educación Audiovisual	AH	60
Universidad de Jaén	Centro de Estudios de Postgrado	Público/ propio	Inglés como Vehículo de Comunicación Intercultural	AH	60
Universidad de Málaga	Facultad de Ciencias de la Comunicación	Público/ propio	Creación Audiovisual y Artes Escénicas	AH	60
			Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación	CS	60

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
Universidad de Málaga (continuación)	Facultad de Ciencias de la Comunicación (continuación)	Público/ propio	Investigación en Comunicación Periodística	CS	60
			Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa	CS	60
	Facultad de Filosofía y Letras	Público/ propio	Estudios Ingleses y Comunicación Multilingüe e Intercultural	AH	60
Universidad Pablo de Olavide	Centro de Estudios de Postgrado	Público/ propio	Comunicación Internacional, Traducción e Interpretación	AH	60
Universidad de Sevilla	Facultad de Comunicación	Público/ propio	Guión, Narrativa y Creatividad Audiovisual	AH	60
			Comunicación Institucional y Política	CS	60
			Comunicación y Cultura	CS	60
Universidad Internacional de Andalucía	Oficina de Estudios de Postgrado	Público/ propio	Comunicación y Desarrollo	AH	60
			Comunicación y Educación Audiovisual	AH	60
Universidad Loyola Andalucía	Escuela de Postgrado	Público/ propio	Creación y Gestión de Contenidos Digitales	AH	60
ARAGÓN					
Universidad de Zaragoza	Escuela de Ingeniería y Arquitectura	Público/ propio	Creación de Empresas Audiovisuales y Convergencia Digital	AH	90
	Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación	Público/ propio	Estudios Avanzados sobre el Lenguaje, la Comunicación y sus Patologías	CS	60
	Facultad de Filosofía y Letras	Público/ propio	Consultoría de Información y Comunicación Digital	AH	60
			Estudios Avanzados de Literatura y Cine en Lengua Inglesa	AH	60
Universidad San Jorge	Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales	Privado/ propio	Marketing y Comunicación Corporativa	CS	60
CANTABRIA					
Universidad Europea del Atlántico	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades	Privado/ propio	Comunicación Corporativa	CS	72
CANARIAS					
Universidad de La Laguna	Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado	Público/ propio	Educación y Tecnologías de la Información y la Comunicación	E	60

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
Universidad de La Laguna (continuación)	Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación	Público/ propio	Ciencias de la Comunicación	CS	60
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Facultad de Filología	Público/ propio	Cultura Audiovisual y Literaria	AH	60
CASTILLA-LA MANCHA					
Universidad de Castilla-La Mancha	Facultad de Bellas Artes	Público/ propio	Investigación en Prácticas Artísticas y Visuales	AH	60
CASTILLA Y LEÓN					
IE Universidad	Centro de Estudios Superiores IE	Privado/ adscrito	Ciberseguridad/ <i>Cybersecurity</i>	CS	60
	Facultad de Ciencias Humanas, Sociales y de Comunicación	Privado/ propio	Creación y Gestión de Medios Visuales/ <i>Visual Media: Creation and Management</i>	CS	60
			Comunicación Corporativa/ <i>Corporate Communication</i>	CS	60
			Periodismo Digital/ <i>Master in Digital Journalism</i>	CS	60
	IE Universidad	Privado/ propio	Gestión de la Comunicación en Redes Sociales	CS	60
			Comunicación, Seguridad y Defensa	CS	60
Universidad de Burgos	Facultad de Humanidades y Comunicación	Público/ propio	Patrimonio y Comunicación	CS	60
Universidad de Salamanca	Facultad de Ciencias Sociales	Público/ propio	Comunicación Audiovisual: Investigación e Innovación	CS	60
	Facultad de Comunicación	Público/ propio	Investigación en Comunicación Audiovisual	AH	60
	Facultad de Psicología	Público/ propio	Estudios Avanzados sobre el Lenguaje, la Comunicación y sus Patologías	CS	60
	Facultad de Traducción	Público/ propio	Sistemas de Información Digital	CS	60
Universidad de Valladolid	Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación	Público/ propio	Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas	CS	60
			Comunicación Hipermedia	CS	60
	Facultad de Educación de Segovia	Público/ propio	Investigación en Ciencias Sociales, Educación, Comunicación Audiovisual, Economía y Empresa	CS	60
	Facultad de Filosofía y Letras	Público/ propio	Investigación de la Comunicación como Agente Histórico-Social	CS	60

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
Universidad Pontificia de Salamanca	Facultad de Ciencias del Seguro, Jurídicas y de la Empresa	Privado/ propio	Comunicaciones Integradas de Marca	CS	60
			Diseño Gráfico y de Interface para Nuevos Dispositivos	AH	60
	Facultad de Comunicación	Privado/ propio	Comunicación Corporativa y Liderazgo	CS	60
			Comunicación e Información Deportiva	CS	60
			Comunicaciones Integradas de Marca	CS	60
CATALUNYA					
Universitat Abat Oliba CEU	Facultad de Ciencias Sociales	Privado/ propio	Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías	AH	60
			Postproducción Audiovisual	AH	60
			Gestión y Comunicación de Entidades Sociales y Solidarias	CS	60
Universitat Autònoma de Barcelona	Facultad de Ciencias de la Comunicación	Público/ propio	Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad	AH	60
			Investigación en Comunicación y Periodismo	CS	60
			Medios, Comunicación y Cultura	CS	60
			Planificación Estratégica en Publicidad y Relaciones Públicas	CS	60
	Facultad de Ciencias de la Educación	Público/ propio	Estudios del Discurso: Comunicación, Sociedad y Aprendizaje	AH	60
	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología	Público/ propio	Estudios del Discurso: Comunicación, Sociedad y Aprendizaje	AH	60
	Facultad de Psicología	Público/ propio	Estudios del Discurso: Comunicación, Sociedad y Aprendizaje	AH	60
Facultad de Filosofía y Letras	Público/ propio	Adquisición del Inglés y Comunicación Intercultural	AH	60	
Universitat de Barcelona	Facultad de Traducción e Interpretación	Público/ propio	Traducción Audiovisual	AH	60
	Escuela de Nuevas Tecnologías Interactivas (ENTI)	Público/ adscrito	Producción y Emprendimiento de Contenidos Digitales	AH	60
	Escuela Superior de Cine y Audiovisuales de Cataluña (Barcelona/Terrassa)	Público/ adscrito	Cinematografía	AH	60

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
Universitat de Barcelona <i>(continuación)</i>	Facultad de Bellas Artes	Público/ propio	Artes Visuales y Educación: un Enfoque Construcccionista [Interuniversitario]	AH	60
	Facultad de Biblioteconomía y Documentación	Público/ propio	Gestión de Contenidos Digitales	CS	90
	Facultad de Filología	Público/ propio	Comunicación Especializada	AH	60
Universitat de Girona	Facultad de Educación y Psicología	Público/ propio	Artes Visuales y Educación: un Enfoque Construcccionista [Interuniversitario]	E	60
	Facultad de Letras	Público/ propio	Comunicación y Estudios Culturales	CS	60
Universitat de Vic- Universitat Central de Catalunya	Facultad de Educación, Traducción y Ciencias Humanas	Privado/ propio	Comunicación y Gastronomía	CS	60
	Facultad de Empresa y Comunicación	Privado/ propio	Dirección Estratégica de la Comunicación y de la Empresa	CS	60
Universitat Oberta de Catalunya	Universitat Oberta de Catalunya	Privado/ propio	Estrategias y Contenidos de Entretenimiento	AH	60
			Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas	CS	60
			Gestión Estratégica de la Información y el Conocimiento en las Organizaciones	CS	60
			Responsabilidad Social Corporativa	CS	60
			Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos	CS	60
			Marketing Digital	CS	60
			Social Media: Gestión y Estrategia	CS	60
Universitat Politècnica de Catalunya	Centro Universitario Euncet	Público/ adscrito	Dirección de Marketing	CS	60
	Centro Universitario EAE	Público/ adscrito	Dirección de Marketing	CS	60
Universitat Pompeu Fabra	Barcelona School of Management	Público/ adscrito	Animación	AH	90
			Información Digital	CS	60
			Marketing Digital	CS	60
			Marketing	CS	60
	Departamento de Comunicación	Público/ propio	Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos	AH	60
			Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad	CS	60

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
Universitat Pompeu Fabra (continuación)	Departamento de Comunicación (continuación)	Público/ propio	Comunicación Social	CS	60
			Gestión de Contenidos Digitales	CS	90
			Investigación en Historia de la Comunicación	CS	60
			Gestión Estratégica de la Comunicación y las Relaciones Públicas/ <i>Strategic Communication & Public Relations</i>	CS	90
			Estudios del Discurso: Comunicación, Sociedad y Aprendizaje	AH	60
			Diseño y Comunicación	AH	60
Universitat Ramon Llull	Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna	Privado/ propio	Comisariado de Arte Digital	AH	60
			Dirección de Arte en Publicidad	AH	60
			Ficción de Cine y Televisión. Producción, Guión y Realización	AH	60
			Producción y Comunicación Cultural	AH	60
			Comunicación Política y Social	CS	60
			Periodismo Avanzado. Reporterismo	CS	60
Universitat Rovira i Virgili	Facultad de Letras	Público/ propio	Estrategia y Creatividad Publicitarias	CS	60
			Comunicación Estratégica en la Sociedad del Riesgo	CS	60
COMUNIDAD DE MADRID					
Universidad a Distancia de Madrid	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	Privado/ propio	Marketing Digital y <i>Social Media</i>	CS	60
	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades	Privado/ propio	Comunicación Digital	AH	60
Universidad Alfonso X El Sabio	Facultad Estudios Sociales y Lenguas Aplicadas	Privado/ propio	Diseño, Creación, Producción y Gestión de Proyectos Audiovisuales	AH	60
			Composición Musical Cinematográfica	AH	60
Universidad Antonio de Nebrija	Facultad de Comunicación y Artes	Privado/ Propio	Dirección de Publicidad Integrada	CS	60
			Dirección y Realización de Series de Ficción	AH	60
			Marketing y Publicidad Digital	CS	60
			Periodismo Digital	CS	60
			Periodismo en Televisión	CS	60
Planificación Estratégica de Medios Publicitarios	CS	60			

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
Universidad Autónoma de Madrid	Facultad de Filosofía y Letras	Público/ propio	Estudios Literarios y Culturales Británicos y de los Países de Habla Inglesa. Literatura, Cultura, Comunicación y Traducción	AH	60
			Historia del Arte Contemporáneo y Cultura Visual	AH	60
Universidad Camilo José Cela	Escuela Universitaria de Diseño ESNE	Privado/ adscrito	Experiencia de Usuario para el Diseño de Productos y Servicios Digitales	CS	60
			Comunicación Política y Empresarial	CS	60
	Facultad de Comunicación	Privado/ propio	Dirección de Protocolo, Producción, Organización y Diseño de Eventos	CS	60
			Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales	CS	60
			Relaciones Internacionales y Comunicación	CS	60
	Centro de Postgrado	Público/ propio	Cine y Televisión	AH	60
			Comunicación Publicitaria	CS	60
Universidad Carlos III de Madrid	Centro de Postgrado	Público/ propio	Documental y Reportaje Periodístico Transmedia	CS	60
			Investigación Aplicada a Medios de Comunicación	CS	60
			Derecho de las Telecomunicaciones, Protección de Datos, Audiovisual y Sociedad de la Información	CS	60
	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas	Público/ propio	Propiedad Intelectual	CS	60
			Investigación en Derecho de la Cultura [Interuniversitario]	CS	90
Universidad Complutense de Madrid	Centro de Enseñanza Superior Villanueva	Público/ adscrito	Comunicación de las Organizaciones	CS	60
	Facultad de Ciencias de la Información	Público/ propio	Comunicación Audiovisual para la Era Digital	AH	60
			Estudios Avanzados en Comunicación Política	CS	60
			Comunicación de las Organizaciones	CS	60
			Comunicación Social	CS	120
			Investigación en Periodismo, Discurso y Comunicación	CS	60
Periodismo Multimedia Profesional	CS	60			

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
Universidad Complutense de Madrid <i>(continuación)</i>	Facultad de Ciencias de la Información		Patrimonio Audiovisual: Historia, Recuperación y Gestión	AH	60
	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología	Público/ propio	Análisis Sociocultural del Conocimiento y de la Comunicación	CS	60
			Liderazgo Democrático y Comunicación Política	CS	60
	Facultad de Filología	Público/ propio	Letras Digitales: Estudios Avanzados en Textualidades Electrónicas	AH	60
			Lingüística Inglesa: Nuevas Aplicaciones y Comunicación Internacional	AH	60
	Facultad de Geografía e Historia	Público/ propio	Historia del Arte Contemporáneo y Cultura Visual	AH	60
	Facultad de Informática	Público/ propio	Letras Digitales: Estudios Avanzados en Textualidades Electrónicas	AH	60
Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset	Público/ adscrito	Cultura Contemporánea: Literatura, Instituciones Artísticas y Comunicación Cultural	AH	60	
		Marketing, Consultoría y Comunicación Política	CS	60	
Universidad de Alcalá	Escuela de Postgrado	Público/ propio	Comunicación Intercultural, Interpretación y Traducción en los Servicios Públicos	AH	60
Universidad Europea de Madrid	Escuela de Arquitectura, Ingeniería y Diseño. Campus Villaviciosa y Alcobendas	Privado/ propio	Diseño y Gestión de Marca	AH	60
			Comunicación y Emprendimiento Digital	CS	60
	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Campus Villaviciosa y Alcobendas	Privado/ propio	Comunicación y Periodismo Deportivo	CS	60
			Dirección de Comunicación	CS	60
			Marketing	CS	60
			Marketing Deportivo	CS	60
			Periodismo Digital y Redes Sociales	CS	60
Universidad Francisco de Vitoria	Facultad de Ciencias de la Comunicación	Privado/ propio	Periodismo Audiovisual	CS	60
			Producción y Realización en Radio y Televisión	AH	60
Universidad Pontificia Comillas	Facultad de Derecho	Privado/ propio	Propiedad Intelectual	CS	60

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
Universidad Rey Juan Carlos	Centro de Educación Superior CEDEU	Público/ adscrito	Dirección, Organización y Producción de Eventos Corporativos e Institucionales	CS	60
	Centro de Educación Superior EAE Madrid	Público/ adscrito	Protocolo, Comunicación y Organización Integral de Eventos	CS	60
	Escuela de Másteres Oficiales	Público/ propio	Guion Cinematográfico y Series de Televisión	AH	60
			Comunicación Intercultural y Empresarial entre China y Europa	CS	60
			Comunicación y Problemas Socioculturales	CS	60
	Escuela Superior de Gestión Empresarial y Marketing (ESIC)	Público/ adscrito	Protocolo, Comunicación y Organización Integral de Eventos	CS	60
			Dirección en Comunicación y Nuevas Tecnologías	CS	60
	Escuela Universitaria de Artes y Espectáculos TAI	Público/ adscrito	Fotografía Artística y Narrativas Fotográficas Documentales	AH	120
			Actuación para Teatro, Cine y TV/ <i>Acting for Theatre, Cinema and TV</i>	AH	120
	Facultad de Ciencias de la Comunicación. Campus de Madrid	Público/ propio	Dirección de Protocolo, Producción, Organización y Diseño de Eventos	CS	60
			Periodismo Económico	CS	60
	Unidad de Postgrado	Público/ propio	Cine, Televisión y Medios Interactivos	AH	60
			Comunicación, Cultura y Ciudadanía Digitales	CS	60
			Investigación Aplicada a la Comunicación	CS	60
			Periodismo Cultural y Nuevas Tendencias	CS	60
Comunicación Corporativa			CS	70	
Universidad San Pablo-CEU	Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación	Privado/ propio	Comunicación de Moda y Belleza	CS	60
			Comunicación Multimedia	AH	70
			Diseño Gráfico de la Comunicación	AH	70
			Edición, Producción y Nuevas Tecnologías Periodísticas	CS	60
			Periodismo Cultural	CS	60
			Producción en Televisión	AH	70
			Radio	AH	70
			Reportalismo e Investigación Periodística para Televisión	CS	70
			Relaciones Públicas y Organización de Eventos	CS	60

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
Universidad San Pablo-CEU (continuación)	Facultad de Derecho	Privado/ propio	Protección de Datos, Transparencia y Acceso a la Información	CS	70
COMUNITAT VALENCIANA					
Universidad de Alicante	Facultad de Ciencias de la Salud	Público/ propio	Historia de la Ciencia y Comunicación Científica	AH	60
	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	Público/ propio	Comunicación e Industrias Creativas	CS	60
Universitat de València (Estudi General)	Departamento de Historia del Arte	Público/ propio	Historia del Arte y Cultura Visual	AH	60
	Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de Comunicación	Público/ propio	Contenidos y Formatos Audiovisuales	AH	60
	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	Público/ propio	Interculturalidad, Comunicación y Estudios Europeos	CS	120
	Instituto de Historia de la Medicina y de la Ciencia López Piñero	Público/ propio	Historia de la Ciencia y Comunicación Científica	AH	60
Universitat Jaume I	Facultad de Ciencias Humanas y Sociales	Público/ propio	Historia del Arte y Cultura Visual	AH	60
			Comunicación Intercultural y Enseñanza de Lenguas	AH	60
			Nuevas Técnicas y Procesos de Innovación en Comunicación	CS	60
	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas	Público/ propio	Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa	CS	60
Universidad Miguel Hernández de Elche	Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-Valencia)	Público/ adscrito	Marketing y Gestión Digital	CS	60
	Facultad de Bellas Artes de Altea	Público/ propio	Estudios Culturales y Artes Visuales (Perspectivas Feministas y Cuir/Queer)	AH	60
	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas	Público/ propio	Innovación en Periodismo	CS	60
	Facultad de Medicina	Público/ propio	Historia de la Ciencia y Comunicación Científica	AH	60
	Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo	Público/ adscrito	Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales	CS	60

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
Universitat Politècnica de València	Centro Berklee-Valencia	Público/ adscrito	Composición Musical para Cine, Televisión y Videojuegos/ <i>Scoring for Film, Television and Video Games</i>	AH	60
	Departamento de Comunicación Audiovisual, Documentación e Historia del Arte	Público/ propio	Contenidos y Aspectos Legales en la Sociedad de la Información	CS	75
	Departamento de Escultura	Público/ propio	Artes Visuales y Multimedia	AH	120
	Escuela Politécnica Superior de Gandía	Público/ propio	Postproducción Digital	AH	60
Universidad Cardenal Herrera-CEU	Escuela Superior de Enseñanzas Técnicas	Privado/ propio	Diseño y Comunicación Gráfica	AH	60
	Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación	Privado/ propio	Comunicación y <i>Branding</i> Digital	AH	60
			Comunicación Política e Institucional	CS	60
Comunicación Transmedia	CS	60			
Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	Facultad de Filosofía, Antropología y Trabajo Social	Privado/ propio	Marketing Político y Comunicación Institucional	CS	60
	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	Privado/ propio	Creación Digital	AH	60
Universidad Internacional de Valencia	Universidad Internacional de Valencia	Privado/ propio	Comunicación Social de la Investigación Científica	CS	60
EXTREMADURA					
Universidad de Extremadura	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación	Público/ propio	Gestión de la Información en Redes Sociales y de los Productos Digitales en Internet	CS	60
GALICIA					
Universidad de A Coruña	Facultad de Ciencias de la Educación	Público/ propio	Estudios Avanzados sobre el Lenguaje, la Comunicación y sus Patologías	CS	60
	Facultad de Filología	Público/ propio	Literatura, Cultura y Diversidad	AH	60
Universidad de Santiago de Compostela	Facultad de Ciencias de la Comunicación	Público/ propio	Periodismo y Comunicación: Nuevas Tendencias en Producción, Gestión y Difusión del Conocimiento	CS	60
	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales	Público/ propio	Marketing, Consultoría y Comunicación Política	CS	60
	Facultad de Ciencias de la Educación	Público/ propio	Investigación en Educación, Diversidad Cultural y Desarrollo Comunitario	E	60

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
Universidad de Santiago de Compostela (continuación)	Facultad de Filología	Público/ propio	Estudios de la Literatura y de la Cultura	AH	60
	Facultad de Psicología	Público/ propio	Estudios Avanzados sobre el Lenguaje, la Comunicación y sus Patologías	CS	60
Universidad de Vigo	Facultad de Bellas Artes	Público/ propio	Libro Ilustrado y Animación Audiovisual	AH	60
	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	Público/ propio	Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa	CS	60
	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Público/ propio	Dirección Pública y Liderazgo Institucional	CS	60
			Dirección de Arte en Publicidad	CS	60
	Facultad de Filología y Traducción	Público/ propio	Lengua y Comunicación en los Negocios	AH	60
			Traducción Multimedia	AH	60
Traducción para la Comunicación Internacional			AH	60	
ILLES BALEARS					
Universitat de les Illes Balears	Centro de Estudios de Postgrado	Público/ propio	Patrimonio Cultural: Investigación y Gestión	CS	60
LA RIOJA					
Universidad Internacional de La Rioja	Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanidades	Privado/ propio	Creación de Guiones Audiovisuales	AH	60
			Comunicación y Marketing Político	CS	60
			Periodismo de Investigación, Datos y Visualización	CS	60
			Comunicación e Identidad Corporativa	CS	60
			Publicidad Integrada: Creatividad y Estrategia	CS	60
			Propiedad Intelectual y Derecho de las Nuevas Tecnologías	CS	60
Protección de Datos	CS	60			
REGIÓN DE MURCIA					
Universidad Católica San Antonio	Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Empresa	Privado/ propio	Marketing y Comunicación	CS	60
	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Privado/ propio	Dirección de Comunicación	CS	60
Dirección de Marketing Digital y Comunicación Empresarial en Internet			CS	60	

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
Universidad de Murcia	Facultad de Comunicación y Documentación	Público/ propio	Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación	CS	60
			Comunicación Móvil y Contenido Digital	CS	60
			Gestión de Información en las Organizaciones	CS	60
Universidad Politécnica de Cartagena	Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Telecomunicaciones	Público/ propio	Comunicación Móvil y Contenido Digital	CS	60
NAVARRA					
Universidad de Navarra	Facultad de Comunicación	Privado/ propio	Guion Audiovisual	AH	60
			Comunicación Política y Corporativa	CS	60
			Gestión de Empresas de Comunicación	CS	60
			Reputación Corporativa	CS	60
PAÍS VASCO					
Mondragón Unibertsitatea	Facultad de Ciencias Empresariales	Privado/ propio	Marketing Digital	CS	60
Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea	Escuela de Máster y Doctorado (MEDEA)	Público/ propio	Comunicación Multimedia/ Mulktimedia Komunikazioa	AH	60
			Ciencia Cognitiva y Humanidades: Lenguaje, Comunicación y Organización/ <i>Master Cognitive Science and Humanities: Language, Communication and Organization</i>	AH	90
			Europa y el Mundo Atlántico: Poder, Cultura y Sociedad	AH	120
			Comunicación Social	CS	60
	Facultad de Letras	Público/ propio	Periodismo Multimedia	CS	60
			Europa y el Mundo Atlántico: Poder, Cultura y Sociedad	AH	120
			Eurocultura/ <i>Master of Arts in Euroculture</i>	AH	120
			Eurocultura: Sociedad, Política y Cultura en un Contexto Global/ <i>Joint Master's Degree Programme in Euroculture: Society, Politics and Culture in a Global Context</i>	AH	120
			Comunicación y Sociedad Digital	CS	60
			Organización de Congresos, Eventos y Ferias	CS	60

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO DE ORGANISMO/ PROPIO O ADSCRITO	MÁSTER UNIVERSITARIO OFICIAL	RAMA	CRÉDITOS NECESARIOS MÁSTER
Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea (continuación)	Facultad de Ciencias Sociales y Humanas.	Público/ propio	Comunicación y Sociedad Digital	CS	60
	Campus de San Sebastián		Gestión de la Comunicación Audiovisual, Empresarial e Institucional	CS	60
PRINCIPADO DE ASTURIAS					
Universidad de Oviedo	Centro Internacional de Postgrado	Público/ propio	Cultura Científica y de la Innovación	AH	60
			Historia y Análisis Sociocultural	CS	60
UNIVERSIDADES DEL ESTADO					
Universidad Internacional Menéndez Pelayo	Centro de Postgrado	Público/ propio	Traducción y Nuevas Tecnologías: Traducción de Software y Productos Multimedia	AH	60
			Comunicación de la Administración Pública	CS	60
			Sistemas y Tecnologías de la Información para la Administración del Estado	CS	60
Universidad Nacional de Educación a Distancia	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología	Público/ propio	Comunicación, Cultura, Sociedad y Política	CS	60
	Facultad de Derecho	Público/ propio	Investigación en Derecho de la Cultura [Interuniversitario]	CS	90
			Protocolo	CS	90
	Facultad de Educación	Público/ propio	Comunicación y Educación en Red	AH	65
	Facultad de Filología	Público/ propio	Comunicación Audiovisual de Servicio Público	AH	110
Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Enseñanza y el Tratamiento de Lenguas			AH	60	
TOTAL UNIVERSIDADES: 67	145 CENTROS		265 MÁSTERES OFICIALES		

Nota: Clasificación del MECO (Gobierno de España): AH (Artes y Humanidades: «Artes, Humanidades, Lenguas, Otras artes y humanidades, Técnicas audiovisuales y Medios de comunicación»); CS (Ciencias Sociales y Jurídicas: «Administración y gestión de empresas, Derecho, Economía, Otra educación comercial y empresarial, Otras ciencias sociales, educación comercial y derecho, Otras ciencias sociales y del comportamiento, Periodismo e información, Psicología»); E (Educación: «Formación de docentes de enseñanza infantil, Formación de docentes de enseñanza primaria, Otra educación, Otra formación de personal docente y ciencias de la educación»).

Fuente: Elaboración propia a partir del portal QEDU del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y consulta personal a los centros universitarios.

Si focalizamos nuestro centro de atención en la denominación de las titulaciones detectamos un total de 215 estudios de máster oficial distintos, entre los que podemos distinguir un grupo de titulaciones más genéricas, como puede ser Comunicación Social, mientras que otro grupo responde a aspectos mucho más específicos (Comunicación Estratégica de la Sociedad de Riesgo, o Comunicación Intercultural y Empresarial entre China y Europa, por poner unos ejemplos).

TABLA 6. RELACIÓN DE TITULACIONES DE MÁSTERES UNIVERSITARIOS EN COMUNICACIÓN IMPARTIDOS EN ESPAÑA (2016–2017)

TITULACIONES DE MÁSTER OFICIAL
—Actuación para Teatro, Cine y TV/ <i>Acting for Theatre, Cinema and TV</i>
—Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa
—Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación
—Análisis Sociocultural del Conocimiento y de la Comunicación
—Animación
—Artes Visuales y Multimedia
—Artes Visuales y Educación: un Enfoque Construcccionista [interuniversitario]
—Adquisición del Inglés y Comunicación Intercultural
—Ciencia Cognitiva y Humanidades: Lenguaje, Comunicación y Organización/ <i>Cognitive Science and Humanities: Language, Communication and Organization</i>
—Ciencias de la Comunicación
—Cine, Televisión y Medios Interactivos
—Cine y Televisión
—Cinematografía
—Comisariado de Arte Digital
—Composición Musical Cinematográfica
—Composición Musical para Cine, Televisión y Videojuegos/ <i>Scoring for Film, Television and Video Games</i>
—Comunicación Audiovisual de Servicio Público
—Comunicación Audiovisual: Investigación e Innovación
—Comunicación Audiovisual para la Era Digital
—Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas
—Comunicación Corporativa
—Comunicación Corporativa/ <i>Corporate Communication</i>
—Comunicación Corporativa y Liderazgo
—Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos
—Comunicación, Cultura, Sociedad y Política
—Comunicación, Cultura y Ciudadanía Digitales
—Comunicación de las Organizaciones
—Comunicación Digital
—Comunicación Digital y Nuevas Tecnologías
—Comunicación e Identidad Corporativa
—Comunicación e Industrias Creativas
—Comunicación e Información Deportiva

- Comunicación Especializada
- Comunicación de Moda y Belleza
- Comunicación Móvil y Contenido Digital
- Comunicación Multimedia
- Comunicación Hipermedia
- Comunicación Institucional y Política
- Comunicación Internacional
- Comunicación Intercultural y Enseñanza de Lenguas
- Comunicación de la Administración Pública
- Comunicación Política e Institucional
- Comunicación Política y Empresarial
- Comunicación Política y Corporativa
- Comunicación Política y Social
- Comunicación Publicitaria
- Comunicación, Seguridad y Defensa
- Comunicación Social
- Comunicación Social de la Investigación Científica
- Comunicación Transmedia
- Comunicación y *Branding* Digital
- Comunicación y Cultura
- Comunicación y Desarrollo
- Comunicación y Gastronomía
- Comunicación y Educación Audiovisual
- Comunicación y Educación en Red
- Comunicación y Estudios Culturales
- Comunicación y Emprendimiento Digital
- Comunicación y Marketing Político
- Comunicación y Periodismo Deportivo
- Comunicación y Problemas Socioculturales
- Comunicación y Sociedad Digital
- Comunicaciones Integradas de Marca
- Consultoría de Información y Comunicación Digital
- Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad
- Contenidos y Aspectos Legales en la Sociedad de la Información
- Creación Audiovisual y Artes Escénicas
- Creación de Empresas Audiovisuales y Convergencia Digital
- Creación de Guiones Audiovisuales
- Creación Digital
- Creación y Gestión de Contenidos Digitales
- Creación y Gestión de Medios Visuales/*Visual Media: Creation and Management*
- Comunicación Estratégica en la Sociedad del Riesgo
- Comunicación Intercultural, Interpretación y Traducción en los Servicios Públicos
- Comunicación Intercultural y Empresarial entre China y Europa
- Contenidos y Formatos Audiovisuales
- Cultura Audiovisual y Literaria
- Cultura Científica y de la Innovación
- Cultura Contemporánea: Literatura, Instituciones Artísticas y Comunicación Cultural
- Cyberseguridad/*Cybersecurity*
- Derecho de las Telecomunicaciones, Protección de Datos, Audiovisual y Sociedad de la Información

- Dirección de Arte en Publicidad
- Dirección de Comunicación
- Dirección en Comunicación y Nuevas Tecnologías
- Dirección de Marketing
- Dirección de Marketing Digital y Comunicación Empresarial en Internet
- Dirección de Marketing Digital y Social
- Dirección de Protocolo, Producción, Organización y Diseño de Eventos
- Dirección, Organización y Producción de Eventos Corporativos e Institucionales
- Dirección de Publicidad Integrada
- Dirección Estratégica de la Comunicación y de la Empresa
- Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación
- Dirección Pública y Liderazgo Institucional
- Dirección y Realización de Series de Ficción
- Diseño, Creación, Producción y Gestión de Proyectos Audiovisuales
- Diseño Gráfico y de Interface para Nuevos Dispositivos Educación y Tecnologías de la Información y la Comunicación
- Diseño Gráfico de la Comunicación
- Estudios de Cine y Audiovisual Contemporáneos
- Estudios de la Literatura y de la Cultura
- Estudios del Discurso: Comunicación, Sociedad y Aprendizaje
- Estudios Literarios y Culturales Británicos y de los Países de Habla Inglesa. Literatura, Cultura, Comunicación y Traducción
- Estudios Ingleses: Aplicaciones Profesionales y Comunicación Intercultural
- Estudios Ingleses y Comunicación Multilingüe e Intercultural
- Estudios Internacionales sobre Medios, Poder y Diversidad
- Eurocultura/*Master of Arts in Euroculture*
- Eurocultura: Sociedad, Política y Cultura en un Contexto Global/*Joint Master's Degree Programme in Euroculture: Society, Politics and Cultura in a Global Context*
- Europa y el Mundo Atlántico: Poder, Cultura y Sociedad
- Experiencia de Usuario para el Diseño de Productos y Servicios Digitales
- Ficción de Cine y Televisión. Producción, Guion y Realización
- Fotografía Artística y Narrativas Fotográficas Documentales
- Gestión de Contenidos Digitales
- Gestión de Empresas de Comunicación
- Gestión de Información en las Organizaciones
- Gestión de la Información en Redes Sociales y de los Productos Digitales en Internet
- Gestión de la Comunicación Audiovisual, Empresarial e Institucional
- Gestión de la Comunicación en Redes Sociales
- Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa
- Gestión Estratégica de la Comunicación y las Relaciones Públicas/*Strategic Communication & Public Relations*
- Gestión Estratégica de la Información y el Conocimiento en las Organizaciones
- Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación
- Gestión y Comunicación de Entidades Sociales y Solidarias
- Guion Audiovisual
- Guion Cinematográfico y Series de Televisión
- Guion, Narrativa y Creatividad Audiovisual
- Historia de la Ciencia y Comunicación Científica
- Historia del Arte Contemporáneo y Cultura Visual
- Historia del Arte y Cultura Visual
- Historia y Análisis Sociocultural

- Información Digital
- Información y Comunicación Científica
- Innovación en Periodismo
- Interculturalidad, Comunicación y Estudios Europeos
- Investigación Aplicada a la Comunicación
- Investigación Aplicada a Medios de Comunicación
- Investigación en Ciencias Sociales, Educación, Comunicación Audiovisual, Economía y Empresa
- Investigación en Comunicación Audiovisual
- Investigación de la Comunicación como Agente Histórico-Social
- Investigación en Comunicación Periodística
- Investigación en Comunicación y Periodismo
- Investigación en Derecho de la Cultura
- Investigación en Educación, Diversidad Cultural y Desarrollo Comunitario
- Investigación en Historia de la Comunicación
- Investigación en Periodismo, Discurso y Comunicación
- Investigación en Prácticas Artísticas y Visuales
- Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa
- Inglés como Vehículo de Comunicación Intercultural
- Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Enseñanza y el Tratamiento de Lenguas
- Lengua y Comunicación en los Negocios
- Letras Digitales: Estudios Avanzados en Textualidades Electrónicas
- Libro Ilustrado y Animación Audiovisual
- Liderazgo Democrático y Comunicación Política
- Lingüística Inglesa: Nuevas Aplicaciones y Comunicación Internacional
- Literatura, Cultura y Diversidad
- Marketing
- Marketing, Consultoría y Comunicación Política
- Marketing Deportivo
- Marketing Digital
- Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales
- Marketing Digital y Social Media
- Marketing Político y Comunicación Institucional
- Marketing y Comunicación
- Marketing y Comunicación Corporativa
- Marketing y Gestión Digital
- Marketing y Publicidad Digital
- Medios, Comunicación y Cultura
- Nuevas Técnicas y Procesos de Innovación en Comunicación
- Nuevos Medios Interactivos y Periodismo Multimedia
- Organización de Congresos, Eventos y Ferias
- Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
- Patrimonio Audiovisual: Historia, Recuperación y Gestión
- Patrimonio Cultural: Investigación y Gestión
- Patrimonio y Comunicación
- Periodismo Avanzado. Reporterismo
- Periodismo Audiovisual
- Periodismo Digital
- Periodismo Cultural
- Periodismo Cultural y Nuevas Tendencias

- Periodismo de Investigación Datos y Visualización
- Periodismo Digital/*Master in Digital Journalism*
- Periodismo Digital y Redes Sociales
- Periodismo Económico
- Periodismo en Televisión
- Periodismo Multimedia
- Periodismo Multimedia Profesional
- Periodismo y Comunicación Digital: Datos y Nuevas Narrativas
- Periodismo y Comunicación: Nuevas Tendencias en Producción, Gestión y Difusión del Conocimiento
- Planificación Estratégica de Medios Publicitarios
- Planificación Estratégica en Publicidad y Relaciones Públicas
- Postproducción Audiovisual
- Postproducción Digital
- Producción en Televisión
- Producción y Comunicación Cultural
- Producción y Emprendimiento de Contenidos Digitales
- Producción y Realización en Radio y Televisión
- Propiedad Intelectual
- Propiedad Intelectual y Derecho de las Nuevas Tecnologías
- Protección de Datos
- Protección de Datos, Transparencia y Acceso a la Información
- Protocolo
- Protocolo, Comunicación y Organización Integral de Eventos
- Publicidad Integrada: Creatividad y Estrategia
- Radio
- Relaciones Públicas y Organización de Eventos
- Relaciones Internacionales y Comunicación
- Reportalismo e Investigación Periodística para Televisión
- Reputación Corporativa
- Responsabilidad Social Corporativa
- Sistemas de Información Digital
- Sistemas y Tecnologías de la Información para la Administración del Estado
- Social Media: Gestión y Estrategia
- Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa
- Traducción Audiovisual
- Traducción Multimedia
- Traducción para la Comunicación Internacional
- Traducción y Nuevas Tecnologías: Traducción de Software y Productos Multimedia

TOTAL TITULACIONES: 215

Fuente: Elaboración propia a partir del portal QEDU del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y consulta personal a los centros universitarios.

A esta lista de másteres oficiales que aportamos, las universidades añaden sus respectivas ofertas de másteres propios, unos estudios que cuentan con el aval y prestigio del centro y la universidad que los imparte, pero que no han pasado por un sistema de evaluación y acreditación estatal que les per-

mita considerarlos oficiales y, por lo tanto, que entren dentro del Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT) del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. En este sentido, los másteres propios pasan a ser considerados títulos curriculares de estudios no reglados.

Los dobles másteres oficiales

En España, la implantación de los estudios de doble máster que contempla la normativa del EEES no se ha extendido en el ámbito de los estudios de ciencias de la comunicación. A partir de la búsqueda que hemos realizado solo hemos localizado un doble máster vinculado a la formación de profesorado de secundaria, bachillerato y enseñanzas de idiomas, impartido durante el curso 2016-2017. Se trata del Máster Universitario en Profesorado de Enseñanza Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas (Esp. Lengua Extranjera Inglés)/Máster Universitario en Estudios Ingleses y Comunicación Multilingüe e Intercultural, que ofrece la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Málaga, adscrito a la rama científica de las artes y las humanidades, con una duración de 90 créditos ECTS, que corresponde a una duración mínima de dos cursos académicos (véase la TABLA 7).

TABLA 7. OFERTA DE LOS ESTUDIOS DE DOBLES MÁSTERES EN COMUNICACIÓN UNIVERSITARIOS IMPARTIDOS EN ESPAÑA (CURSO 2016-2017)

UNIVERSIDAD	CENTRO (CIUDAD)	TIPO DE ORGANISMO/CENTRO	DOBLE MÁSTER (PROGRAMA CONJUNTO DE ESTUDIOS OFICIALES)	RAMA	CRÉDITOS ECTS NECESARIOS DOBLE MÁSTER
ANDALUCÍA					
Universidad de Málaga	Facultad de Ciencias de la Educación (Málaga)	Público/propio	Máster Universitario en Profesorado de Enseñanza Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas (Esp. Lengua Extranjera Inglés)/Máster Universitario en Estudios Ingleses y Comunicación Multilingüe e Intercultural	AH	90

Fuente: Elaboración propia a partir del portal QEDU del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y consulta personal a los centros universitarios.

Para el curso 2017-2018, la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla ha iniciado un doble máster Abogacía/Derecho de las Nuevas Tecnologías, con un valor de 125 créditos ECTS, que supone la ampliación de esta modalidad de enseñanza superior vinculada con las ciencias de la comunicación en España.

2.3. La oferta de doctorado

Desde los años ochenta del siglo xx, España ha sido un referente en los estudios de doctorado en comunicación a nivel internacional, debido a la escasa oferta de estas enseñanzas, sobre todo en América Latina. Aunque en las dos últimas décadas esta tendencia ha ido variando y alumnos latinoamericanos formados en España y otros países europeos han implantado estudios de doctorado en sus respectivos países, los estudios de doctorado en territorio español siguen atrayendo el interés internacional, con un alto porcentaje de estudiantes procedentes de América Latina, Europa central y también de países asiáticos. Esta tendencia de alumnado extranjero también se percibe en másteres oficiales, pero no tanto entre el alumnado de los grados oficiales.

El principal cambio introducido en los planes de estudio por parte de la normativa que rige el EEEs es que los alumnos de doctorado, al formalizar la matrícula, están comprometidos a firmar un documento en el que explicitan si tendrán una dedicación total a los estudios (esto les permitirá disponer de tres cursos académicos para elaborar y finalizar la tesis doctoral) o si su dedicación será parcial (en este caso dispondrán de un período máximo de cinco años). También será necesario superar una prueba de seguimiento anual en el que el estudiante tendrá que defender delante de un tribunal la evolución progresiva de sus estudios.

Durante el curso 2016-2017, hemos localizado 84 estudios de doctorado relacionados con la comunicación, que corresponden a un total de 61 titulaciones distintas (véase las TABLAS 8 y 9). Predomina la titulación genérica de ‘Comunicación’ y un 75,00% de estos estudios de tercer ciclo están adscritos a las ciencias sociales y jurídicas, mientras que el 25,00% restante corresponde a las artes y las humanidades.

TABLA 8. OFERTA DE LOS ESTUDIOS DE DOCTORADO EN COMUNICACIÓN UNIVERSITARIOS IMPARTIDOS EN ESPAÑA, POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (CURSO 2016-2017)

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNI- VERSIDAD/ CENTRO	DOCTORADO	RAMA
ANDALUCÍA				
Universidad de Cádiz	Escuela de Doctorado (EDUCA) Campus Puerto Real	Pública/propio	Comunicación [Interuniversitario]	CS
	Instituto de Postgrado, Especialización y Actualización	Pública/propio	Lingüística y Comunicación: Teoría y Aplicaciones	AH
Universidad de Huelva	Escuela de Doctorado (Huelva)	Pública/propio	Comunicación [Interuniversitario]	CS
			Globalización y Cambio Social: Desigualdades Fronteras y Redes Sociales	CS

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNI- VERSIDAD/ CENTRO	DOCTORADO	RAMA
Universidad de Málaga	Escuela de Doctorado (Málaga)	Pública/ propio	Comunicación	CS
			Dirección Estratégica de Comunicación	CS
			Periodismo y Nuevos Escenarios	CS
Universidad de Sevilla	Escuela Internacional de Doctorado (Sevilla)	Pública/ Propio	Comunicación [Interuniversitario]	CS
			Mujer, Escrituras y Comunicación	CS
			Periodismo en el Contexto de la Sociedad	CS
Universidad Pablo de Olavide	Centro de Estudios de Postgrado (Sevilla)	Pública/ propio	Proceso, Teoría y Práctica de la Comunicación	CS
			Derecho de las Nuevas Tecnologías	CS
ARAGÓN				
Universidad San Jorge	Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales (Villanueva de Gállego)	Privada/ propio	Comunicación	AH
CASTILLA Y LEÓN				
Universidad de Burgos	Escuela de Doctorado	Pública/ propio	Humanidades y Comunicación	AH
			Patrimonio y Comunicación	AH
Universidad de Salamanca	Facultad de Documentación y Traducción	Pública/ propio	Traducción y Mediación Cultural	AH
Universidad de Valladolid	Escuela de Doctorado	Pública/ propio	Español: Lingüística, Literatura y Comunicación	AH
			Traductología, Traducción Profesional y Audiovisual	AH
CATALUNYA				
Universitat Abat Oliba CEU	Escuela Internacional de Doctorado (CEINDO)	Privada/ propio	Comunicación Social	CS
Universitat Autònoma de Barcelona	Escuela de Doctorado (Bellaterra)	Pública/ propio	Comunicación Audiovisual y Publicidad	CS
			Comunicación Estratégica, Publicidad y Relaciones Públicas	CS
			Comunicación y Periodismo	CS
			Medios, Comunicación y Cultura	CS
			Psicología de la Comunicación y Cambio [Interuniversitario]	CS
Universitat de Barcelona	Escuela de Doctorado (Barcelona)	Pública/ propio	Información y Comunicación	CS
			Psicología de la Comunicación y Cambio [Interuniversitario]	CS
Universitat de Vic/Universitat Central de Catalunya	Escuela de Doctorado	Privada/ propio	Comunicación Digital Interactiva	CS

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNI- VERSIDAD/ CENTRO	DOCTORADO	RAMA
Universitat Internacional de Catalunya	Escuela de Doctorado	Privada/ propio	Comunicación, Educación y Humanidades	CS
Universitat Oberta de Catalunya	Escuela de Doctorado	Privada/ propio	Sociedad de la Información y el Conocimiento	CS
Universitat Pompeu Fabra	Escola de Doctorat (Barcelona)	Pública/ propio	Comunicación	CS
Universitat Ramon Llull	Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals-Blanquerna	Privada/ propio	Comunicación	CS
Universitat Rovira i Virgili	Escuela de Postgrado y Doctorado (Tarragona)	Pública/ propio	Antropología y Comunicación	CS
COMUNIDAD DE MADRID				
Universidad Alfonso X el Sabio	Facultad de Estudios Sociales y Lenguas Aplicadas (Madrid)	Privada/ propio	Traducción y Comunicación Multicultural: Didáctica, Ciencia, Cultura, Sociedad	AH
Universidad de Alcalá	Escuela de Doctorado	Pública/ propio	Comunicación, Información y Tecnología en la Sociedad Red	AH
Universidad Antonio de Nebrija	Universidad Antonio de Nebrija	Privada/ propio	Ciencias de la Comunicación	CS
Universidad Camilo José Cela	Facultad de Comunicación	Privada/ propio	Publicidad y Relaciones Públicas	CS
Universidad Carlos III de Madrid	Escuela de Doctorado	Pública/ propio	Investigación en Medios de Comunicación	CS
Universidad Complutense de Madrid	Facultad de Ciencias de la Información	Pública/ propio	Aspectos Teóricos, Estructurales y Éticos de la Comunicación de Masas	CS
			Comunicación Audiovisual y Publicidad	CS
			Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas	CS
			Comunicación de Masas: Información, Entretenimiento y Propaganda	CS
			Comunicación Social	CS
			El Derecho de la Comunicación en la Sociedad Actual	CS
			Lengua, Literatura y Discurso en Relación con los Medios de Comunicación	AH
Periodismo	CS			

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNIVERSIDAD/ CENTRO	DOCTORADO	RAMA
Universidad Complutense de Madrid (continuación)	Facultad de Ciencias de la Información (continuación)	Pública/ propio	Política, Comunicación y Cultura	CS
			Problemas Contemporáneos en la Sociedad de la Información	CS
			Técnicas y Procesos de Creación de Imágenes: Aplicaciones Sociales y Estéticas	AH
			Teoría, Análisis y Documentación Cinematográfica	AH
Universidad Europea de Madrid	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Privada/ propio	Comunicación	CS
Universidad Rey Juan Carlos	Facultad de Ciencias de la Comunicación. Campus de Fuenlabrada	Pública/ propio	Estudios sobre Cine Español	AH
			Investigación Aplicada a la Comunicación	CS
	Universidad Rey Juan Carlos	Pública/ propio	Análisis Político y Medios de Comunicación	CS
			Cine, Televisión y Medios Interactivos: Creación y Gestión	AH
			Comunicación y Problemas Socioculturales	CS
Universidad San Pablo-CEU	Escuela Internacional de Doctorado (CEINDO)	Privada/ Propio	Comunicación Social	CS
	Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación (Madrid)	Privada/ propio	Análisis de la Sociedad de la Información y Nuevas Formas de Comunicación	CS
COMUNITAT VALENCIANA				
Universidad Cardenal Herrera CEU	Universidad Cardenal Herrera-CEU	Privada/ propio	Comunicación	CS
			Comunicación Social	CS
Universidad de Alicante	Centro de Estudios de Doctorado y Postgrado	Pública/ propio	Estudios Históricos y Sociales sobre Ciencia, Medicina y Comunicación Científica	AH
	Facultad de Filosofía y Letras	Pública/ propio	Traductología, Traducción Profesional y Audiovisual	AH
Universitat Jaume I	Escuela de Doctorado	Pública/ propio	Ciencias de la Comunicación	CS
	Facultad de Ciencias Humanas y Sociales	Pública/ propio	Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación	CS
Universidad Miguel Hernández de Elche	Facultad de Medicina	Pública/ propio	Estudios Históricos y Sociales sobre Ciencia, Medicina y Comunicación Científica	AH
	Universidad Miguel Hernández de Elche	Pública/ propio	Nuevos Modelos Periodísticos	CS

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNI- VERSIDAD/ CENTRO	DOCTORADO	RAMA
Universitat de València (Estudi General)	Escuela de Doctorado	Pública/ propio	Estudios Históricos y Sociales sobre Ciencia, Medicina y Comunicación Científica	CS
			Comunicación	CS
			Comunicación e Interculturalidad	CS
			Historia de la Ciencia y Comunicación Científica	CS
			Traducción y la Sociedad del Conocimiento	AH
Universitat Politècnica de València	Universitat Politècnica de València	Pública/ Propio	Industrias de la Comunicación y Culturales	AH
EXTREMADURA				
Universidad de Extremadura	Universidad de Extremadura	Pública/ propio	Ciencias de la Información de la Comunicación	CS
	Escuela Internacional de Postgrado (Cáceres)	Pública/ propio	Información y Comunicación	CS
GALICIA				
Universidad de A Coruña	Facultad de Humanidades y Documentación	Pública/ propio	Sociedad del Conocimiento: Nuevas Perspectivas en Documentación, Comunicación y Humanidades	CS
Universidad de Santiago de Compostela	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales	Pública/ propio	Comunicación e Información Contemporánea	CS
			Marketing Político, Actores e Instituciones en las Sociedades Contemporáneas	CS
Universidad de Vigo	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	Pública/ propio	Comunicación	CS
	Facultad de Filología y Traducción	Pública/ propio	Comunicación	CS
NAVARRA				
Universidad de Navarra	Facultad de Comunicación	Privada/ propio	Comunicación	CS
PAÍS VASCO				
Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea	Escuela de Máster y Doctorado (MEDEA)	Pública/ propio	Ciencia Cognitiva y Humanidades: Lenguaje, Comunicación y Organización/ <i>Cognitive Science and Humanities: Language, Communication and Organization</i>	AH
			Comunicación Social	CS
REGIÓN DE MURCIA				
Universidad Católica San Antonio	Universidad Católica San Antonio	Privada/ propio	Dirección de Comunicación	CS

UNIVERSIDAD	CENTRO	TIPO UNI- VERSIDAD/ CENTRO	DOCTORADO	RAMA
Universidad de Murcia	Escuela Internacional de Doctorado	Pública/ propio	Gestión de la Información y de la Comunicación en las Organizaciones	CS
UNIVERSIDADES DEL ESTADO				
Universidad Nacional de Educación a Distancia	Universidad Nacional de Educación a Distancia	Pública/ propio	Tecnología de la Información y la Comunicación en la Enseñanza y el Tratamiento de Lenguas	AH
TOTAL: 42		84		

Fuente: Elaboración propia a partir del portal QEDU del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y consulta personal a los centros universitarios.

De las 42 universidades que imparten estudios de doctorado en comunicación, también destaca el predominio de los estudios impartidos por universidades públicas frente a las titulaciones vinculadas a centros privados.

TABLA 9. RELACIÓN DE TITULACIONES UNIVERSITARIAS DE DOCTORADO EN COMUNICACIÓN IMPARTIDAS EN ESPAÑA (CURSO 2016-2017)

TITULACIONES DE DOCTORADO

- Análisis de la Sociedad de la Información y Nuevas Formas de Comunicación
- Análisis Político y Medios de Comunicación
- Antropología y Comunicación
- Aspectos Teóricos, Estructurales y Éticos de la Comunicación de Masas
- Ciencia Cognitiva y Humanidades: Lenguaje, Comunicación y Organización
- Ciencias de la Información y de la Comunicación
- Ciencias de la Comunicación
- Cine, Televisión y Medios Interactivos: Creación y Gestión
- Comunicación
- Comunicación Audiovisual y Publicidad
- Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas
- Comunicación de Masas: Información, Entretenimiento y Propaganda
- Comunicación Digital Interactiva
- Comunicación e Información Contemporánea
- Comunicación e Interculturalidad
- Comunicación, Información y Tecnología en la Sociedad Red
- Comunicación y Periodismo
- Comunicación, Educación y Humanidades
- Comunicación Estratégica, Publicidad y Relaciones Públicas
- Comunicación Social
- Comunicación y Problemas Socioculturales
- Derecho de las Nuevas Tecnologías
- Dirección de Comunicación
- Dirección Estratégica de Comunicación

- El Derecho de la Comunicación en la Sociedad Actual
- Español: Lingüística, Literatura y Comunicación
- Estudios Históricos y Sociales sobre Ciencia, Medicina y Comunicación Científica
- Estudios sobre Cine Español
- Gestión de la Información y de la Comunicación en las Organizaciones
- Globalización y Cambio Social: Desigualdades Fronteras y Redes Sociales
- Historia de la Ciencia y Comunicación Científica
- Humanidades y Comunicación
- Industrias de la Comunicación y Culturales
- Información y Comunicación
- Investigación Aplicada a la Comunicación
- Investigación en Medios de Comunicación
- Lengua, Literatura y Discurso en Relación con los Medios de Comunicación
- Lingüística y Comunicación: Teoría y Aplicaciones
- Marketing Político, Actores e Instituciones en las Sociedades Contemporáneas
- Medios, Comunicación y Cultura
- Mujer, Escrituras y Comunicación
- Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación
- Nuevos Modelos Periodísticos
- Patrimonio y Comunicación
- Periodismo
- Periodismo en el Contexto de la Sociedad
- Periodismo y Nuevos Escenarios
- Política, Comunicación y Cultura
- Problemas Contemporáneos en la Sociedad de la Información
- Proceso, Teoría y Práctica de la Comunicación
- Psicología de la Comunicación y Cambio
- Publicidad y Relaciones Públicas
- Sociedad del Conocimiento: Nuevas Perspectivas en Documentación, Comunicación y Humanidades
- Sociedad de la Información y el Conocimiento
- Técnicas y Procesos de Creación de Imágenes: Aplicaciones Sociales y Estéticas
- Tecnología de la Información y la Comunicación en la Enseñanza y el Tratamiento de Lenguas
- Teoría, Análisis y Documentación Cinematográfica
- Traducción y Comunicación Multicultural: Didáctica, Ciencia, Cultura, Sociedad
- Traducción y Mediación Cultural
- Traducción y la Sociedad del Conocimiento
- Traductología, Traducción Profesional y Audiovisual

TOTAL DE TITULACIONES: 61

Fuente: Elaboración propia a partir del portal QEDU del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y consulta personal a los centros universitarios.

La oferta de doctorados se centraliza en once comunidades autónomas (Andalucía, Aragón, Castilla y León, Catalunya, Comunidad de Madrid, Comunitat Valenciana, Extremadura, Galicia, Navarra, País Vasco, Región de Murcia) y en la Universidad Nacional de Educación a Distancia.

3. Conclusiones y retos de futuro

Los estudios oficiales de comunicación en España han conseguido, con la entrada del EEES, protagonizar un período de madurez y consolidación dentro de los ámbitos de las ciencias sociales y jurídicas y las artes y las humanidades. En síntesis, si nos centramos en las enseñanzas impartidas durante el curso 2016-2017 en las 17 comunidades autónomas y las dos universidades del Estado (Universidad Internacional Menéndez Pelayo y Universidad Nacional de Educación a Distancia) hemos detectado un total de 205 ofertas de grado oficial (con 55 titulaciones diferentes), 123 ofertas de doble grado (con 85 titulaciones), 265 ofertas de máster oficial (con 215 titulaciones), 1 oferta de doble máster (habilitante) y 84 doctorados (que corresponden a 61 titulaciones distintas). Se trata de una oferta global de 678 estudios oficiales con un total de 417 titulaciones distintas.

Una vez realizado el esfuerzo de poner encima del papel todos estos datos, el lector puede comprender la imprescindible necesidad de que el sector se coordine, e incluso se autorregule. Sería recomendable que los centros educativos dejen de lado la percepción de competencia y trabajen para reforzar y no duplicar ofertas innecesarias en el ámbito de los estudios oficiales de comunicación. Porque al final, la decisión de los alumnos y el propio mercado serán los que confirmarán los estudios que podrán seguir impartándose frente a los que se verán obligados a desaparecer.

Este trabajo coordinativo tendría que recaer, a nuestro modo de ver, a la Asociación Española de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación (ATIC), que nació en 2011 precisamente para fortalecer esta disciplina universitaria en todo el territorio estatal y que ya ha impulsado jornadas de debate sobre formación y empleo (GÓMEZ MOMPART, HERRERO SUBÍAS, coords., 2016). ATIC también podría convertirse en grupo de interés o *lobby* para hacer llegar sus recomendaciones al Gobierno de España y a las administraciones autonómicas, en cumplimiento de la ley de transparencia.

Aunque la situación puede parecer incierta, hay una brecha para el optimismo. Es un momento clave para poder incidir en políticas públicas universitarias y no hay que tener miedo para debatir conjuntamente y (re)pensar hacia dónde se quiere ir, coincidiendo con el debate abierto en el Congreso de los Diputados, por la subcomisión para el Pacto de Estado Social y Político para la Educación. Esta subcomisión, creada en febrero de 2017, está trabajando en el texto de la futura ley educativa que sustituirá la actual LOMCE, y que afectará a las enseñanzas desde primaria hasta la educación superior. El compromiso es poder aprobarla contando con el consenso de todos los actores implicados, incluidos las propias universidades.

En el ámbito de la empleabilidad, ATIC también podría coger el relevo al trabajo desarrollado en Cataluña entre 2013 y 2015 por la Mesa Sectorial de los Medios de Comunicación, con Joan Barrera como secretario técnico, que

propuso, entre otras medidas, conseguir «un reconocimiento formal del *sector de la comunicación* como sujeto con identidad propia por parte del Ministerio de Hacienda a efectos fiscales y también desde una óptica laboral para ofrecer garantías a los profesionales que trabajan en el sector y permitir emprender políticas de ocupación y formación específicas a las necesidades actuales y futuras» (BARRERA, 2015). En este sentido, Joan Barrera ha seguido defendiendo públicamente la necesidad de que los profesionales de la comunicación en España se puedan contabilizar bajo un mismo epígrafe en las oficinas de empleo, un aspecto en el que la Mesa avanzó a nivel autonómico catalán, pero sería recomendable poder impulsar también a nivel estatal.

Parece evidente la necesidad de que el sector de los estudios universitarios en comunicación se unan para planificar la próxima década (2018-2028), y afrontar como colectivo distintos puntos clave para una evolución positiva del sector: cómo hacer frente a la baja natalidad, cómo conseguir internacionalizar los estudios sin que esto perjudique a los estudiantes de proximidad y cómo verificar si el incremento progresivo del número de titulaciones facilita o dificulta los procesos de selección laboral por parte de las empresas y las administraciones públicas. Ya sabemos que la formación es muy importante para acceder dentro del mundo laboral, pero la sobre-formación universitaria también se puede convertir en un obstáculo para el alumno a la hora de encontrar trabajo, y es necesario que la universidad sea plenamente consciente de ello.

Además, frente al dilema sobre la duración y coste de los estudios, a partir de los datos que aportamos en el capítulo, podemos afirmar que mientras las asociaciones de estudiantes reclaman a la administración no modificar la duración de los estudios de grado (de 4 a 3 años) y los de máster (de 1 a 2), para equiparlos a la mayoría de países del EEES —con el argumento de que puede encarecer el coste global de los estudios—, un porcentaje creciente de alumnos opta ya por una doble titulación (doble grado y/o doble máster).

Finalmente, queremos cerrar el capítulo respondiendo a la pregunta que nos hacíamos al inicio de la investigación: ¿Los alumnos interesados en cursar algún estudio oficial de comunicación universitario encuentran fácilmente información comparativa que les ayude a tomar una decisión? La respuesta claramente es que no. Ha sido necesario un trabajo de meses para poder recopilar la documentación que aportamos, aun sabiendo que no está completa. Mientras las universidades públicas están obligadas a facilitar los datos de sus matriculados, precios de los estudios y el porcentaje de rendimiento de los estudiantes a la administración pública, en cumplimiento de la ley de transparencia, algunas universidades privadas siguen sin ofrecer estos datos con acceso abierto. Si estamos hablando de titulaciones que tienen el mismo rango de estudios oficiales concedidos por el Gobierno de España, ¿por qué no todos los organismos que los imparten están obligados a hacerlos públicos al finalizar cada curso académico? Solo cuando estas determinadas universidades privadas tomen conciencia de la importancia de comunicar su datos, en

beneficio de toda la colectividad, entonces sí, el portal QEDU del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte podría convertirse en una verdadera base de datos completa que ayude y oriente mejor a los interesados que quieren optar por un estudio oficial en comunicación en España.

REFERENCIAS

- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE UNIVERSIDADES CON TITULACIONES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (ATIC) (2015): *Comunicado de la Asamblea General de la Asociación de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación (ATIC). Madrid, 13-03-2015* [En línea]. Madrid: ATIC. <http://www.webcitation.org/6wgcXgM5s>
- BARRERA, J. (2015): «¿Por qué no hablamos de sector industrial?» [En línea]. Portal de la Comunicación (InCom-UAB), sección Dossiers. septiembre. http://www.portalcomunicacion.com/monograficos_det.asp?id=332
- CIVIL I SERRA, M. (2017): «Els estudis universitaris i la recerca en comunicació» a CIVIL I SERRA, M.; CORBELLA I CORODOMÍ, J.; FERRÉ PAVIA, C.; SABATÉ I SALAZAR, J., eds.: *Informe de la comunicació a Catalunya 2015-2016* [En línea]. Bellaterra: Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona; Barcelona: Generalitat de Catalunya, colección Lexikon Informes, n. 5, p. 256-277. <http://www.webcitation.org/6vBiWnNBz>
- GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís; HERRERO SUBÍAS, Mónica, coords. (2016): *Jornadas de Formación y Empleo en Comunicación (ATIC/Universidad de Navarra, 29 y 30 de junio de 2015)* [En línea]. Sevilla: Asociación de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación (ATIC). <http://www.webcitation.org/6vhhmhBB38>
- JONES, D. E. (1998): «Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas» [En línea]. *Zer*, Vol. 3, n. 5, 21 p. ISSN: 1137-1102. <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/17359/15144>