

De Ciencias de la Información a Ciencias de la Comunicación: cincuenta años de estudios de Comunicación en la Universitat Autònoma de Barcelona

María José Recoder Sellarés
[Mariajosep.Recoder@uab.cat]

1. Contextualización histórica de la Facultad

La historia de la Facultad se resume en casi cinco décadas de docencia, investigación y transferencia de conocimiento. El proceso de profesionalización del periodismo alcanzó su etapa culminante con el reconocimiento social de que sus estudios ocuparan un lugar necesario en el conjunto de saberes que enseña la Universidad española.¹ De este modo también se abrió el campo de la investigación sobre la comunicación que todo conocimiento requiere. En la Universitat Autònoma de Barcelona, la Facultad de Ciencias de la Información inició su andadura en septiembre de 1971, año en que se impartió el primer curso de la Licenciatura de Periodismo. Tres años después de la aparición pública de este nuevo centro universitario, la UAB, surgido con expectación e ilusión en el tardofranquismo, y lejos de la ciudad de Barcelona, para evitar las constantes manifestaciones contra el régimen franquista que protagonizaban sus estudiantes.

Las primeras clases de la licenciatura de Periodismo se impartieron en unos locales de la calle Egipcíacas de Barcelona. Un par de años después, docentes, estudiantes y personal de administración y servicios se trasladaron al campus de Bellaterra, en el municipio de Cerdanyola del Vallès, donde se construían los edificios que albergarían las distintas facultades de la UAB. Allí se compartió espacio con los estudiantes de Derecho y Económicas, hasta que en el curso 1987-1988 se inauguró el edificio propio de la facultad, que incluía las aulas, laboratorios y la biblioteca y la hemeroteca. El conjunto quedó completado en 2002 con otro edificio anexo que ocupan la Biblioteca de Comunicación y la Hemeroteca General, orgullo científico de la facultad, y un referente europeo por la calidad y cantidad de sus fondos documentales.

¹ Decreto 2478/1971 del Ministerio de Educación y Ciencia. B.O.E. del 16 de octubre de 1971.

En 1992, al recordar el vigésimo aniversario de la Facultad, se hacía memoria de las trece promociones de licenciados. Desde entonces y hasta 2019 han pasado 27 años más, y el balance es que la actual Facultad de Ciencias de la Comunicación —que no de la Información, siguiendo los cambios científicos de los tiempos— es uno de los centros académicos mejor considerados en Europa de su especialidad. Destacan no solo los equipamientos docentes y técnicos que la sitúan en la primera división de las facultades de comunicación europeas, sino también los grupos de investigación consolidados, lo que queda reflejado en los distintos rankings como los del diario *El Mundo* o la *QS WUR by Subject*.

Durante el curso 2016-17, al celebrarse los cuarenta años de la licenciatura de la primera promoción de periodistas de la Facultad, se organizaron diversos actos conmemorativos, como conferencias y mesas redondas y una exposición donde se mostró cómo ha variado la comunicación en general, el ejercicio de la profesión concretamente, el perfil y las inquietudes de las antiguas y las nuevas generaciones y hasta la propia Facultad.

Tanto la UAB como la Facultad se han convertido en motor de la renovación de programas docentes y de investigación con la acogida de iniciativas propiciadas por docentes de la Facultad, de carácter diverso como el Centro de Documentación Política —CEDOC—, el Instituto de la Comunicación —INCOM— o la cátedra UNESCO que supone una proyección internacional. Y especialmente relevante es que, desde el 2015, la Facultad cuenta con medios de comunicación propios, una emisora de radio y una de televisión englobadas dentro de la marca UAB Campus Media. Estos sirven para encaminar la creatividad de los estudiantes y docentes de la Facultad, y de otros centros de la universidad, con la realización de una programación constante cada curso. Estos medios de comunicación sirven, además, para la renovación pedagógica.² Y han supuesto la recuperación, en otros formatos, de la voz de la facultad en el campus, que durante años se tradujo en la Revista Campus, gestionada desde el centro.

La Facultad ha promovido también jornadas y congresos, encuentros y reuniones de todos los ámbitos relativos a la comunicación, tanto de carácter nacional, como estatal e internacional a lo largo de su historia. Ha trabajado y trabaja para unir a varias generaciones de comunicadores y aportar la experiencia de unos a las ganas de aprender de los demás. Como ejemplo, la Facultad organizó los congresos internacionales AIERI-IAMCR en las ediciones de 1988 y 2002, y el ECREA de 2008. Para no ser exhaustivos, indicar que de los últimos cinco años, podemos destacar las ediciones del Festival

² Por ejemplo, Nicolás Barbieri, profesor del Departamento de Ciencia Política y Derecho Público de la UAB, ha recibido en 2019 el II Premio AECPA a la Innovación Docente, por «Radiopolis: innovación en la docencia en ciencia política a través de la radio».

de Publicidad Drac Novell, o las jornadas y congresos sobre diseño gráfico, historia de la prensa, narrativas audiovisuales, televisión, cine, comunicación y deporte, y un largo etc.

Si hay algo que caracteriza a esta Facultad es el prestigio que tiene entre las empresas del sector de la comunicación. Esto se traduce en 368 convenios durante el curso 2018-2019 que permiten que todos los estudiantes de los tres Grados puedan hacer el practicum de la carrera en agencias publicitarias, gabinetes de comunicación, productoras audiovisuales, medios de comunicación de todo tipo, etc. Por lo tanto, garantizamos año tras año que los egresados de la Facultad saldrán al mercado de trabajo con una experiencia laboral práctica que les ayudará en su futuro profesional.

Siguiendo el signo de los tiempos, la facultad cuenta con su propia web y una activa presencia en las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram.³

2. Titulaciones de grado, máster y doctorado impartidas en 2018-2019

Por lo que se refiere a los estudios de grado, las licenciaturas originales, Periodismo (1971-72) y Publicidad (1972-73) se ampliaron con la de Comunicación Audiovisual en el curso 1992-93 y la licenciatura de segundo ciclo de Documentación en 1999-2000, que desapareció al cabo de diez años. El nuevo gran cambio se ha producido durante el curso 2019-2020, puesto que se han puesto en marcha dos nuevos grados: Comunicación Interactiva y Comunicación de las Organizaciones. En ambos casos, se trata de incorporar nuevos perfiles profesionales al mercado laboral, atendiendo a la evolución de la comunicación y su extraordinaria incidencia en la sociedad, la cultura, las relaciones humanas, la tecnología y la economía del siglo XXI.

La necesidad que experimentan las organizaciones de todo tipo para dar a conocer sus actividades a la sociedad e incidir en ella ha motivado la creación de Comunicación de las Organizaciones. Si bien es cierto que hasta ahora eran los graduados en Periodismo, y en menor medida los de Publicidad y Relaciones Públicas, los que ejercían su profesión en los gabinetes de prensa y comunicación, se observó que su perfil debía ser repensado, por los cambios que se han producido en las formas de comunicar los productos y servicios que generan las organizaciones. En cuanto al grado de Comunicación Interactiva está planteado con la colaboración de los departamentos de ingeniería de la UAB, puesto que se trata de aprovechar las ventajas de la tecnología, para proporcionar nuevos instrumentos de comunicación no solo a los *mas-*

³ Twitter: @FccUab / Facebook: <https://www.facebook.com/FacultatDeCiencies-DeLaComunicacioUab/> / Instagram: <https://www.instagram.com/explore/locations/324805/facultat-de-ciencies-de-la-comunicacio-uab/>

media, sino también a cualquier ámbito que precise el uso del *big data* o los videojuegos, por poner un ejemplo.

Los nuevos grados tienen una oferta de 60 plazas cada uno. Inferior a las 80 que se ofrecen en los grados de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas. Y son el resultado de reducir en 120 el número de plazas de nuevo acceso al Grado de Periodismo, que pasará de las 280 plazas del curso 2018-2019 a solo 160 durante el curso 2019-2020. Ello se debe, por un lado, al imperativo de contención presupuestaria impuesta por el gobierno de la Generalitat de Catalunya a la UAB. Y por otro, al convencimiento de la propia facultad, corroborado con el Colegio de Periodistas de Cataluña y debatido en varias jornadas de reflexión, que hay una oferta excesiva de plazas para estudiar Periodismo y grados con competencias similares en Cataluña.

Para el centro supone una auténtica revolución, puesto que la Facultad abandona su situación de confort para asumir el riesgo de comenzar nuevos grados que no se imparten en ninguna universidad española. Hay que tener en cuenta que hasta el presente, cada año hay muchas más solicitudes de ingreso que plazas disponibles, y que las solicitudes en primera opción superan, también, las cifras de entrada. Por ejemplo, en el curso 2018-2019, el grado de Periodismo contó con 1.333 solicitudes para 280 plazas; Comunicación Audiovisual obtuvo 977 solicitudes para 80 plazas, y Publicidad y Relaciones Públicas recibió 1.064 solicitudes para 80 plazas.

En cuanto a los estudios de máster, la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB durante el curso 2018-2019, ofrece cuatro programas oficiales. Cada uno de ellos cuenta con la coordinación docente de uno de los cuatro departamentos de comunicación del centro.

Tabla 1. Oferta de Másteres oficiales (elaboración propia).

Nombre del Máster	Departamento coordinador	Plazas	ECTS
Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad	Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas	30	60
Periodismo e Innovación en Contenidos Digitales	Periodismo y Ciencias de la Comunicación	25	60
Medios, Comunicación y Cultura	Medios, Comunicación y Cultura	30	60
Planificación estratégica en Publicidad y Relaciones Públicas	Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual	30	60

Durante el curso 2018-2019, también se ha impartido la última edición del Máster Erasmus Mundus en Mediació Intermediterrània: Cap a la Inversió i la Integració / Erasmus Mundus in Crossing the Mediterranean: Towards Investment and Integration. Este máster, de 120 ECTS y con movilidad de los estudiantes por semestres entre las facultades participantes, continuará el próximo curso, pero ya como máster propio, al no haberse renovado su condición de Erasmus Mundus. Se realiza junto con las Universidades de Montpellier (Francia) y Ca Foscari (Venecia, Italia).

Además de los másteres oficiales, la facultad también ofrece una amplia variedad de másteres universitarios propios (60 ECTS, precio no subvencionado) y diplomaturas de postgrado (30 ECTS y precio no subvencionado), en la modalidad presencial, semipresencial u online. En muchos casos los másteres y diplomaturas se ofrecen en castellano-catalán y en inglés. Se trata de una oferta profesionalizadora, no de investigación.⁴

Sobre los programas de Doctorado, cada uno de los cuatro departamentos tiene el suyo.

Tabla 2. Oferta de Programas de Doctorado (elaboración propia).

Programa de Doctorado	Departamento	Tesis doctorales leídas entre 2014 y 2018
Comunicación Audiovisual y Publicidad	Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas	35
Comunicación y Periodismo	Periodismo y Ciencias de la Comunicación	68
Medios, Comunicación y Cultura	Medios, Comunicación y Cultura	19
Comunicación Estratégica, Publicidad y Relaciones Públicas	Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual	29

Buena parte de los doctorandos de las últimas 3 décadas son extranjeros, especialmente provenientes de los países latinoamericanos. En los últimos cinco años también se ha incrementado la presencia de estudiantes de doctorado de la República Popular China, siguiendo la estela de los que se matriculan en los programas de máster previamente.

⁴ Durante el curso 2018-2019 se impartieron 26 másteres propios y 21 diplomaturas de postgrado.

3. Perfil de los estudiantes

Durante el curso 2018-2019, la Facultad de Ciencias de la Comunicación ha matriculado a 1932 estudiantes, entre los estudios de grado y máster. Se trata de una facultad mayoritariamente femenina, puesto que, sobre todo en los grados, hay más mujeres matriculadas que hombres, en una tendencia ininterrumpida en los últimos quince años. Para ilustrarlo se puede ver la siguiente tabla, que corresponde al curso 2018-2019, y presenta escasas variaciones respecto a los diez años anteriores:

Tabla 3. Características de ingreso del alumnado de los grados curso 2018-2019. (Elaboración propia).

Grado	Oferta *	Mujeres	Hombres	Nota de corte	Media de Edad
Comunicación Audiovisual	80	64 (72%)	25 (28%)	10,16	19 años
Periodismo	280	164 (57%)	123 (43%)	9,73	19 años
Publicidad y Relaciones Públicas	80	69 (80%)	17 (20%)	10,74	19 años

* La diferencia entre la oferta de plazas y la matrícula final por cada grado viene motivada por la nota de corte, sobre 14 puntos. Si hay más de un estudiante con la misma calificación, entran todos.

Respecto a los estudiantes de grado, conviene añadir que la Facultad cuenta con un centenar de convenios de movilidad con otras universidades a través de los programas Erasmus (Europa), SICUE (España) y UAB Exchange Programme (universidades de los Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, etc.). Eso implica que la facultad recibe estudiantes de otras universidades cada año en los distintos grados, y a su vez, envía a algunos de sus estudiantes a cursar estudios en otras universidades, durante un semestre o todo el curso. Lo cierto es que, desde que estalló la crisis económica en 2008, la Facultad de Ciencias de la Comunicación, y también la UAB en general, reciben más estudiantes (*in*), que no los que envían (*out*). Como ejemplo, citar que desde el 2014, la facultad ha enviado, cada curso, entre 23 estudiantes (2016) como cifra máxima y 8 (2015) como mínima. Mientras que los estudiantes extranjeros que vienen a estudiar a la Facultad oscilan entre los 50 y los 119 por curso en el mismo período de tiempo.

Los estudiantes de máster son más mayores, puesto que ya han finalizado los estudios de grado, y su edad suele estar entre los 23 y los 27 años. No se produce una acusada brecha de género como sí se da en el caso de los grados, habiendo un mayor equilibrio, aunque las mujeres siguen siendo mayoría.

4. Mención de antiguos alumnos destacados

El hecho de que la Facultad tenga medio siglo de vida, y de que durante más de 20 años fuera el único centro en Cataluña, y en buena parte de España, donde se impartían estudios de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas, provoca que buena parte de los profesionales del periodismo y de la publicidad que son conocidos y reconocidos en el ámbito, sean *alumni* del centro.

Hacer una relación exhaustiva es imposible. Y hacer una selección de profesionales formados en nuestras aulas es un ejercicio peligroso por lo que tiene de complicado establecer criterios. ¿Nos decantamos por los más antiguos? ¿Por los más mediáticos? ¿Por los que dejaron huella en generaciones posteriores como mentores desde los medios de comunicación? ¿Por lo que hicieron mejores campañas publicitarias? ¿Por los que han destacado por triunfar en campos alejados de los estudios que cursaron en la facultad, como la política, la literatura o el mundo del espectáculo?

A pesar de todas las dudas sobre los criterios a utilizar, porque esta lista es forzosamente muy incompleta, para nosotros es un orgullo citar a algunos de los egresados que han triunfado en prensa, radio, televisión o medios digitales. En el fotoperiodismo y las relaciones públicas. En las agencias de publicidad y en la oferta de entretenimiento.

Muchos de ellos son personas conocidas en toda España por estar trabajando o haber trabajado en medios de comunicación de ámbito estatal como corresponsales, directores, presentadores de informativos, programas de entretenimiento y un largo etc. Algunas de las figuras destacadas son Angels Barceló, Rosa María Calaf, Manuel Campo Vidal, María Casado, Ramon Colom, Jordi Évole, Concha García Campoy, Carles Francino, Susana Griso, Paco Lobatón, Lorenzo Milà, Gemma Nierga, Javier Sardá, Gloria Serra o Cristina Villanueva.

Otros, en cambio, solo son ampliamente conocidos y reconocidos en Cataluña porque han desarrollado su labor informativa básicamente en medios de comunicación catalanes, especialmente en diarios como ARA o El Punt, emisoras de radio y de televisión como TV3, Catalunya Radio, RAC1 o Radio Barcelona (SER), o ser responsables de gabinetes de comunicación de grandes corporaciones como Mediapro o La Caixa. Entre ellos citar a Carme Anglada, Alfons Arús, Antoni Bassas, Jordi Basté, Enric Calpena, Santi Carerras, Teresa Carreras, Joan Catà, Jaume Codina, Ana Cristeto, Helena García Melero, Lidia Heredia, Maria Lluïsa Martínez Gistau, Jaume Masdeu, Albert Montagut, Ariadna Oltra, Ramon Pellicer, Joaquim M. Puyal, Carlos Quílez, Laura Rosel, Mònica Terribas, Ricard Ustrell, Jaume Vilalta, Ester Vera o Miquel Àngel Violan.

Y lo mismo sucedería en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas con Angels Bardina, Marc Caballé, Joan Canal, Philip Fürst, Sandra Galiano, Imma Haro, Rosa Romà o Eva Santos.

En cuanto a egresados que se han dedicado más al ámbito de la comunicación audiovisual, desde el cine a la creación de vídeos, documentales, entretenimiento, etc., podemos recordar a Jaume Balagueró, Anna Barreda, Lucía Carmona, Francesc Escribano, Pau Escribano, David Fernández Quijada, Anna Ferrer, Manel Fuentes, Mireia Gaitán, Ainhoa Morán, José Antonio Moreno, Albert Om, Joan Paüls, Carles Peña, Roger Salvans, Carla Simón, Samanta Villar, David Villarreal.

Y finalmente, queremos recordar otros perfiles de antiguos estudiantes de diversos grados que han dedicado su actividad profesional a otros campos, como la docencia e investigación en comunicación, altos cargos de la administración, artistas o escritores. Entre ellos citamos a Mercedes Abad, Amadeu Altafaj, Armand Balsebre, Anna Cammany, Cristina Gallach, Josep Lluís Gómez Mompert, Charo Lacalle, Angel Llatzer, Bernat López, Enric Marín, José Manuel Pérez Tornero, Juan José Perona, Emili Prado, Miquel Rodrigo, Enric Saperas, Joan Manel Tresserras y Vicenç Villatoro.

5. Perfil del profesorado

Los cuatro departamentos propios de la Facultad, mencionados en las tablas 1 y 2, concentran la mayor parte del profesorado que imparte docencia en el centro, y que está en contacto permanente con la realidad científica y profesional del sector de la comunicación y todos los cambios profundos que han experimentado con la digitalización o la aparición de Internet.

En la facultad, sin embargo, también hay presencia de profesorado de otros departamentos del campus, como los de Filología Catalana, Filología Española, Sociología, Arte, Ciencia Política, Economía y a partir del curso 2019-2020, tres departamentos de Ingeniería, que impartirán docencia en el nuevo grado de Comunicación Interactiva.

Lo que se puede destacar de la tarea del profesorado de la Facultad, formado por 195 docentes durante el curso 2018-2019, más allá de la simple docencia estrictamente técnica, es su contribución a la renovación del debate que sitúa la comunicación en un punto central de análisis. Los valores éticos que han fijado en las generaciones de estudiantes han ayudado a considerar todos los grados de comunicación como unas profesiones con responsabilidad social.

Hay dos cuestiones que conviene destacar. Por una parte, y como buena práctica, que el profesorado estable está trabajando en grupos de investigación, ocho de los cuales son SGR consolidados.⁵ Y por otra, y esa es una mala tendencia,

⁵ Los SGR son grupos de investigación que tienen un certificado de la Generalitat de Catalunya que avala su trayectoria científica. Ello les permite presentarse a convocatorias para la financiación de proyectos de investigación. Es un prestigio para los investigadores que sus grupos obtengan esta consideración.

que la facultad está perdiendo por jubilación en los últimos años, y peor será la situación en un futuro inmediato, a muchos docentes con plazas estables de catedrático y titular. Esta situación es muy complicada porque las restricciones presupuestarias han provocado que no se convoquen plazas fijas de profesorado. Así, en la UAB hay un déficit terrible en todas las áreas de conocimiento y el efecto de las jubilaciones se hace notar en todas las facultades y departamentos. Como mucho se convocan algunos concursos para profesorado agregado o lector, que de ningún modo suplen al profesorado que se marcha.

Eso ha implicado, por lo que se refiere a la facultad, que año tras año, haya menos profesorado estable (cátedras, titularidades) y más profesorado asociado, que es imprescindible para estar en contacto con la profesión, pero que no investiga ni hace gestión, y por tanto disminuye el potencial global de la facultad. La docencia en los másteres oficiales la imparten profesores doctores. En cambio, en los grados, hay un porcentaje nada menospreciable de profesorado asociado vinculado a los medios de comunicación, las agencias publicitarias, los gabinetes de comunicación, las productoras audiovisuales, etc.

Como ejemplo, podemos indicar que durante el curso 2017-2018, el porcentaje de horas de docencia en los tres grados, según la categoría de su profesorado fue el siguiente:

Tabla 4. Porcentaje de docencia según categoría de PDI (elaboración propia).

Tipología PDI	Grado Comunicación Audiovisual	Grado Periodismo	Grado Publicidad y Relaciones Públicas
CU. Catedrático universitario	1%	6%	2%
TU. Titular universitario	39%	24%	30%
Catedrático Agregado	7%	9%	1%
Lector	3%	3%	5%
Asociado	47%	53%	58%
Otros	2%	5%	4%

En los últimos diez años, de forma inexorable, se va reduciendo el porcentaje de horas de docencia del profesorado estable y se incrementa el del asociado, debido, como se ha comentado, a la jubilación de catedráticos y titulares, y la no convocatoria de suficientes plazas de agregados o lectores para suplirlos.

En cuanto a los grupos de investigación de los departamentos, la radiografía durante el curso 2018-2019 es la siguiente:

Tabla 5. Grupos de investigación de la facultad por adscripción departamental (elaboración propia).

Departamento	Grupos de investigación
Comunicación Audiovisual y Publicidad	<p>Grupo de Investigación de Imagen, Sonido y Síntesis www.griss.org Comunicación y Salud www.portalcomunicacion.com/ocs Comunicación, Migración y Ciudadanía www.portalcomunicacion.com/cmc/ Neuro-Com: Neurociencia en Comunicación. Neuroestética y Neurocinemática del Fenómeno Audiovisual. Qualias, Cognitivo y Redes de Memomeria Intertextuales www.neuro-com.es/ El Observatorio de la Radio a Cataluña-GRISS www.l-obsradio.cat HERMES: Tecnología, conocimiento y arquitectura de la inteligencia</p>
Periodismo y Ciencias de la Comunicación	<p>Gabinete de Comunicación y Educación www.gabinetecomunicacionyeducacion.com Grupo de estudios de Comunicación y Política (GECP) Grupo de Investigación de Historia del Periodismo (HISPER) Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía Plural (LPCCP) labcompublica.info Laboratorio y de Prospectiva e Investigación en Comunicación, Cultura y Cooperación (LAPREC) grupsderecerca.uab.cat/laprec/ Observatorio Internacional de Televisión (OITVE) Observatorio del Periodisme en Internet (OPEI/UAB) www.universcat.eu Observatorio de Ficción Televisiva y de Nuevas Tecnologías (OFENT) https://ofent.org/</p>
Medios, Comunicación y Cultura	<p>Grupo de Investigación en Estructura y Políticas de Comunicación Daniel Jones www.grupodanieljones.org Grupo de Investigación en Comunicación y Pluralismo Observatorio de la Cobertura de Conflictos observatoriocoberturaconflictos.uab.cat COMPRESS: Grupo de Investigación en Comunicación y Responsabilidad Social comress.org</p>

Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual	DCEI-Grupo de Investigación en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional www.dceiuab.com GRP-Grupo de Investigación en Publicidad uabcom.com/grp.html LAICOM-Laboratorio de Análisis Instrumental de la Comunicación grupsderecerca.uab.cat/laicom/ MIGRACOM-Observatorio y Grupo de Investigación sobre Migración y Comunicación www.migracom.com PCA-Grupo de Investigación en Psicología y Comunicación Publicitaria grupsderecerca.uab.cat/pca/ PUBLIRADIO-Grupo de Investigación en Publicidad y Comunicación Radiofónica www.publiradio.net
---	--

Todos los grupos realizan sus publicaciones, y muchos de ellos tienen o han tenido proyectos financiados de los planes europeos, estatales o autonómicos de investigación.

6. Infraestructura del Centro

El buen funcionamiento de la facultad y de sus infraestructuras no sería posible sin los 88 miembros del personal de administración y servicios (PAS) que la conforman. Y todos ellos desempeñan sus funciones en la gestión académica, la gestión económica, el servicio de informática, la biblioteca y hemeroteca, los laboratorios audiovisuales y el Servicio logístico y punto de información.

Los Laboratorios Audiovisuales ofrecen apoyo a la docencia y a las investigaciones propias de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Con esta finalidad, se dispone de cuatro platós, cuatro estudios de radio, dos estudios de continuidad, diez salas de edición de vídeo y dos de audio con veinte ordenadores en cada una de ellas. También se dispone de dos platós de fotografía y un laboratorio de ampliación. Además, todas las aulas informatizadas, seis, permiten el tratamiento de la fotografía digital, unas salas especialmente diseñadas para el trabajo en grupo. Desde estos laboratorios se prestan servicios fotográficos para el conjunto de la UAB: reportajes, retratos, fotografías para catálogos, guías, etc. Los laboratorios cuentan con un servicio de préstamo de equipos de vídeo, audio y fotografía que tiene como objetivo facilitar su uso para finalidades docentes y de investigación, tanto a estudiantes como a docentes.

La Facultad dispone de once aulas dotadas de ordenadores conectados a la red para la impartición de la docencia, cañón de proyección, pantalla, wifi y

sistema de sonido. En dos de estas aulas hay sistema de sonido *home Cine*. Durante los últimos tres años se han producido mejoras consistentes en la electrificación de las mesas para los estudiantes y el cambio de mobiliario de una de las aulas. Se dispone de cinco seminarios dotados de ordenador conectado a la red para el profesorado, cañón de proyección, pantalla, wifi y sistema de sonido.

Hay diez aulas con ordenadores (PC) conectados a la red y el software necesario para la docencia: seis aulas con treinta ordenadores cada una, dos aulas con quince ordenadores cada una, un aula con 24 ordenadores y un aula con 21 ordenadores y siete escáneres. Durante el curso 2016/17 se procedió a la remodelación de dos de las aulas incorporando nuevo cableado.

El 23 de abril de 2019, coincidiendo con el cuarto aniversario del primer programa de la emisora de radio, se inauguró la sede de UAB Campus Media, que incluye una redacción integrada, con ordenadores, un plató de televisión y un estudio de radio. Desde allí se realizan los programas de radio de ambos medios. La radio forma parte de la Asociación de Radios Universitarias (ARU) desde el 2017.

La Biblioteca de Comunicación y Hemeroteca General tiene como función principal servir de apoyo a las tareas docentes y de investigación de toda la comunidad universitaria, especialmente a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, a los cuatro departamentos propios y al Instituto de la Comunicación (INCOM). El edificio, situado en la Plaza Cívica del Campus de la UAB, ocupa una superficie de 10.500 m² distribuidos en siete plantas. Actualmente dispone de 582 puntos de lectura, 17 cabinas de consulta, dos cabinas adaptadas para personas con discapacidad física o sensorial y/o necesidades educativas específicas, doce salas de trabajo en grupo, una sala de estudio y una sala de trabajo de libre acceso, una sala de formación y un buzón de devolución de documentos.

El fondo está formado por más de cien mil libros, más de 16.000 tesis doctorales y trabajos de investigación, más de 28.000 documentos audiovisuales y gráficos y más de once mil colecciones de publicaciones periódicas y revistas de comunicación. El Centro Documental de la Comunicación (CEDOC), especializado en documentación política (libros, revistas, carteles de campañas electorales, etc.) adscrito a la Biblioteca, está ubicado en la primera planta.

7. Conclusiones

Se puede asegurar que el mejor balance de la Facultad de Ciencias de la Comunicación a lo largo de casi cincuenta años ha sido la notable incidencia en la situación y evolución de la profesión periodística, publicitaria, de las relaciones públicas y de los expertos dedicados a la ficción y el entretenimiento audiovisual. No se puede entender la importancia de las actividades

del Colegio de Periodistas de Cataluña, del Colegio de Publicitarios y Relaciones Públicas, de la Asociación Profesional del Audiovisual de Cataluña, del Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC), de la Sociedad Catalana de Comunicación (SCC), de la Asociación Catalana de la Prensa Comarcal (ACPC) y de tantos otros organismos nacionales, estatales e internacionales —ATIC, FELAFACS, AIERI...— sin la presencia de los docentes y de los licenciados y graduados de la UAB, que han alcanzado un protagonismo intelectual notable.

Y especialmente, la generalización de la docencia en comunicación en Cataluña ha sido impulsada en los orígenes, y muy ampliamente, por el profesorado y por los licenciados de nuestra Facultad, que asumieron el reto de implantar nuevos estudios de comunicación en otras universidades, públicas o privadas, en Girona, Lleida, Tarragona, Vic y la propia ciudad de Barcelona; y también en Galicia y País Vasco. Todo ello ha contribuido a que Cataluña sea una de las zonas europeas más dinámicas e innovadoras en el panorama comunicativo, desde la creación de códigos deontológicos hasta la fijación de cuáles deben ser los criterios profesionales para tratar noticias, campañas publicitarias o los géneros de ficción.

Esta Facultad fue, junto con la de la Universidad Complutense de Madrid y la de la Universidad de Navarra, la primera en España en formar comunicadores. Pasados 48 años, lo sigue haciendo con el mismo compromiso, dedicación y voluntad de servicio a la ciudadanía, a la profesión y al país.

Referencias bibliográficas

- Facultat Ciències de la Comunicació de la UAB. <http://www.uab.cat/comunicacio>
- Estudiar a la Facultat de Ciències de la Comunicació. <https://www.uab.cat/web/estudiar-1345702086012.html>
- La UAB en los rankings. <https://www.uab.cat/web/conoce-la-uab/la-uab/la-uab-en-los-rankings-1345670592413.html>
- «Nicolás Barbieri recibe el II Premio AECPA a la Innovación Docente» 10/05/2019. <https://www.uab.cat/web/sala-de-prensa/detalle-noticia/nicolas-barbieri-recibe-el-ii-premio-aecpa-a-la-innovacion-docente-1345667994339.html?noticiaid=1345788457162>