

Postgrau

Anàlisi i Comunicació Política

UAB

Universitat Autònoma de Barcelona



coordinació i gestió:

ICPS

Institut de Ciències *Polítiques i Socials*
Adscrit a la Universitat Autònoma de Barcelona



POSTGRAU EN ANÀLISI I COMUNICACIÓ POLÍTICA

Director: Gabriel Colomé

Postgrau professional de la Universitat Autònoma de Barcelona, que es cursa com estudi contingut dins el Màster de Marketing Polític.

Missió

El Postgrau està destinat a formar a futurs professionals de la consultoria i comunicació política, a partir d'eines teòriques i pràctiques.

La missió del programa és aconseguir que els professionals formats en aquesta disciplina estiguin plenament preparats per a cobrir les necessitats que exigeix la pràctica de la política, tant a nivell personal com en formació política, que veu en l'externalització de l'Assessoria i Comunicació Política, fins ara gestionades des dels centres polítics, el camí per a la professionalització de la funció política.

Visió

Al Postgrau conflueixen acadèmics de diverses Universitats i països; consultors de destacat renom, i professionals en exercici, tant de tots els partits polítics –que amb les seves diferents orientacions ideològiques enriqueixen el versàtil camp de la política pràctica l'anàlisi polític- com dels professionals institucionals que posen tots els seus coneixements a disposició dels qui desitgen formar-se per a liderar o assessorar líders

Valors

El postgrau ofereix una preparació específica en anàlisi, campanyes, i comunicació política. S'adreça a llicenciats en ciències polítiques, sociologia, ciències de la informació i ciències socials, així com a professionals en exercici que vulgui adquirir competències per desenvolupar la seva activitat dins el camp de l'assessoria política.



Programa

El programa s'estructura en tres grans blocs temàtics, amb un total de set seccions específiques:

Anàlisi

- **Estratègies polítiques**
 - Lliçó inaugural sobre Ciència Política i Política
 - Introducció a la política espanyola
 - Escenaris polítics
 - Anàlisi d'escenaris electorals
 - Anàlisi i disseny de polítiques
 - Estratègies polítiques
- **Enquestes**
 - Límits i virtualitats de les enquestes
 - Conèixer als ciutadans
 - Anàlisi d'enquestes **Taller 1**

Campanyes

- **Campanyes**
 - La nova manera de fer política II
 - Programa electoral, "temes" i pla de campanya
 - Estratègia i comunicació **Taller 2**
 - Direcció de campanyes **Taller 3**
 - Mid-Term Elections USA
 - Tàctiques de persuasió i de campanya negativa
 - Anàlisi de campanyes **Taller 4**
- **Política i imatge**
 - La imatge dels candidats polítics com a estratègia electoral
 - Political Branding
 - Disseny electoral
 - Campanyes americanes
 - Publicitat política: les imatges de la política **Taller 5**



Comunicació

- **Organització de la comunicació**
 - Actituds, contextos d'expressió i comunicació
 - Comunicació de Crisi
 - Gabinet de comunicació
 - Organització dels gabinets de comunicació
 - **Discurs polític**
 - Premsa, partits i política
 - Construir un discurs Taller 6
 - Oratòria política Taller 7
 - **Política i mitjans de comunicació**
 - Comunicació política i comportament electoral: L'experiència multinivell
 - Xarxes de Comunicació multimèdia
 - Política i mitjans de comunicació
 - Actuar a televisió Taller 8
 - Community Management
-

El curs és bilingüe i s'utilitzarà l'idioma que el professorat consideri més convenient per al normal desenvolupament de les sessions, perquè la totalitat de l'alumnat compreguin les explicacions.
Els Mòduls al començament dels quals incorporin alumnes estrangers, s'impartiran obligatòriament en castellà.



MÒDUL ANÀLISI

Estratègies polítiques

■ Lliçó inaugural sobre Ciència Política i Política

25 d'octubre

Docent: Isidre Molas

Doctor en Dret. Catedràtic de Dret Constitucional de la Universitat Autònoma de Barcelona fins 2011. Membre de l'Institut d'Estudis Catalans (IEC). Ha estat director de l'Institut de Ciències Polítiques i Socials (1989-2000), vicepresident del Parlament de Catalunya (1980-1988), degà de la Facultat de Dret de la UAB (1990-1993) i Senador i portaveu de l'Entesa Catalana de Progrés (2000-2004). Vicepresident primer del Senat de 2004 a 2011, i president del Partit dels Socialistes de Catalunya de 2008 a 2011. Algunes publicacions: "Lliga Catalana" (1972); "La Ciutat Il·lunyana" (1982); "El socialisme de la llibertat" (1992); "Diccionari dels partits polítics de Catalunya, Segle XX" (2000); "Las Cortes Generales en el sistema parlamentario de gobierno" (1987); "Les arrels teòriques de les esquerres catalanes" (2001); "El meu temps de presó (1962-1963). Trencadís de records" (2010).

■ Introducció a la política espanyola

8 de novembre

Anàlisi històrica-política des de la transició fins l'actualitat. Els continguts se centren en els esdeveniments clau, que permeten comprendre la evolució política espanyola i les especificitats dels nacionalismes perifèrics, amb especial èmfasi a Catalunya.

Docent: Jessica Albiach

Llicenciada en periodisme i màster en màrqueting polític (UAB). Assessora de comunicació a l'administració pública local. Ha treballat a diferents mitjans de comunicació durant 8 anys, a la Presidència de la Generalitat Valenciana i a diverses campanyes electorals.

■ Escenaris polítics

9 de novembre

La política és, més que mai, política mundial i la correlació local-global una dimensió imprescindible per a la comprensió de qualsevol fenomen polític.

Docent: Jesús M. Rodés

Doctor en Ciències Polítiques. Professor emèrit de Ciència Política de la Universitat Autònoma de Barcelona. Fundador i primer Degà del Col·legi de Politòlegs i Sociòlegs de Catalunya. Ha estat director general de l'Escola de Policia de Catalunya, cap de la missió de Nacions Unides per a la creació de la Policia Nacional Civil de El Salvador, Assessor de la Secretaria General de l'ONU i membre del seu equip negociador en la Taula de Pau de El Salvador, cap de l'Àrea de Enfortiment del Poder Civil de la Missió de Verificació de les Nacions Unides a Guatemala. Ha realitzat missions de Nacions Unides a Romania, Somàlia, Mèxic, Argentina, Guinea Equatorial. Membre del "Team Europe" de la Comissió de la Unió Europea.

■ Anàlisi d'escenaris electorals

15 i 16 de novembre

Anàlisi dels elements (estructurals o conjunturals) que cal tenir en compte al plantejar una estratègia política. Paper dels *cleavages* per a ordenar i estructurar la competència entre les opcions polítiques.

Docent: Oriol Bartomeus

Llicenciat en Ciències Polítiques i Sociologia per la Universitat Autònoma de Barcelona. Analista de l'Institut de Ciències Polítiques i Socials (1995-2001). Especialista en l'anàlisi electoral a través d'enquestes i d'estudis de geografia electoral. Director del Gabinet de la Presidència del Consorci de la Zona Franca de Barcelona (2004-2012). Ha publicat conjuntament amb Isidre Molas "Estructura de la competència política a Catalunya" (1998), "Els espais de frontera entre els electorats" (1999) i "Estructura de la competència política en España. 1986-2000" (2001). I també, conjuntament amb Joan Marcet, "Las elecciones municipales de 2007 en Cataluña" (2008).



■ Anàlisi i disseny de polítiques

21 de novembre

Dibuix del marc conceptual i operatiu per a l'anàlisi i la implementació de les polítiques públiques. Exemples i guia pràctica per exercir el rol de gestor públic.

Docent: Francesc Coral

Soci i fundador de [Mirada Local](#), Gabinet de Comunicació i Polítiques Públiques. Director de màrqueting a la companyia [Ambiensys](#) (2007-08). Docent a la [Escuela Superior de Empresa y Relaciones Públicas \(ESERP, 2007\)](#). Politòleg, Màster en Màrqueting Polític (UAB) i estudis en Investigació i Tècniques de Mercat (UAB). Soci de la [Asociación de Comunicación Política \(ACOP\)](#).

■ Estratègies polítiques

22 i 23 de novembre

Proporciona mecanismes per a decidir quins són els objectius de la comunicació de campanya. Ofereix eines a través de models per identificar arguments i suggeriments eficaços per evitar la pèrdua de recursos.

Docent: Carlos Escalante

Consultor en marketing polític i governamental. Especialista en estudis d'opinió i estratègies per a campanyes electorals tals com comunicació de govern i desenvolupament de partits polítics. Director General del [Centro Interamericano de Gerencia Política](#) a Miami, EUA. Assessor d'institucions, congressos, governs locals, estatals, provincials i de secretaries d'Estat en el desenvolupament d'estratègies de comunicació i projectes d'impacte social. Amb 15 anys d'experiència en quatre campanyes presidencials, vuit per a governador, precampanyes, diputacions i alcaldies.

Enquestes

■ Límits i virtualitats de les enquestes

29 de novembre

El complex entramat de les societats actuals junt amb els avenços tècnics i teòrics en l'anàlisi de les dades, han convertit les enquestes en la principal eina a l'abast dels científics socials per a determinar els canvis i continuïtats que es produeixen en el seu entorn.

Docent: Jordi Capó

Doctor en Dret. Catedràtic de Ciència Política i de l'Administració de la Universitat de Barcelona. Ha estat vocal de la Junta Electoral Central i director del departament de Ciència Política i de la Administració de la Universitat de Barcelona. Autor, entre altres títols, de "La institucionalización de las Cortes Generales" (1983), "Ciencia Política y Derecho: otro encuentro" (1990), "La legislación estatal en la España democrática: una aproximación politológica" (1990), a més d'articles sobre eleccions, partits i elits polítiques com "Las encuestas electorales en la sociedad mediática".

■ Conèixer els ciutadans

30 de novembre

Tècniques i maneres de saber les aspiracions de la ciutadania i la seva reacció enfront les actituds i les propostes que les formacions polítiques plantegen en una campanya política, electoral o no.

Docent: Àngels Pont

Llicenciada en Ciències Econòmiques i Empresarials, especialitat Sociologia i Política per la Universitat de Barcelona (1981-1986). Fou directora de VOXPUBLICA Catalunya. El 1988 va dirigir el Departament d'Estudis de la Informació Cartogràfica i de Base (ICB), i el 1996 el Departament d'Estudis i Avaluació de l'Ajuntament de Barcelona. Actualment, és directora de [GESOP](#), Gabinet d'Estudis Socials i d'Opinió Pública.



Taller 3

■ Anàlisi d'enquestes

12, 13 i 14 de desembre

Les enquestes: de la teoria a la pràctica. L'objectiu de la classe és destacar la potencialitat d'aquesta eina, posant de relleu la importància de la sistemàtica seguida durant el procés de recollida de la informació i les limitacions que poden derivar-se de la mateixa. Concretament, l'esbiaixat que pot produir-se entre l'univers d'estudi i la mostra finalment entrevistada.

Docent: Beatriz Elias Valverde

Responsable de l'Àrea d'enquestes, estudis i treballs del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat de Catalunya.

■ Síntesi del Mòdul/Metodologia

20 de desembre 2013

22 de març, 28 de juny i 30 d'octubre 2014

Docent: Luiza Iordache

Doctora en Ciència Política per la UAB. Llicenciada en Ciències Polítiques i Administració Pública per la Universitat de Bucarest, especialització de Ciències Polítiques en idioma francès. Es professora associada en la Facultat de Ciències Jurídiques i Polítiques de la UIC. Àmbits d'especialització: transicions a la democràcia, política comparada, sistemes polítics, història política. Es autora de diversos llibres, capítols de llibre i articles en revistes professionals sobre l'exili republicà de 1939.

MÒDUL CAMPANYES

Campanyes

■ Programa electoral, "temes" i pla de campanya

22 de febrer

Definir els objectius estratègics electorals, planificar de forma detallada la campanya abans del seu inici, oferir un model de planificació de campanya electoral. Adequada selecció de temes *issues* per a fixar el discurs polític.

Docent: Antoni Fernández

Llicenciat en Ciències Polítiques i Sociologia i en Geografia i Història. Professor associat de Ciència Política i de l'Administració a la Universitat de Barcelona. Director de Comunicació de la Diputació de Barcelona fins 2004. Ha estat membre de la Comissió Electoral del PSC i ha participat en l'organització de diverses campanyes municipals, autonòmiques i generals. Secretari general del departament de Treball de la Generalitat de Catalunya (2006-2010). Fins 2012, Secretari executiu de l'Àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona.

Taller 2

■ Estratègia i comunicació

27 i 28 de febrer, 1 de març

Docent: Xavier Roig

Periodista i llicenciat en Dret, director del Gabinet de l'Alcalde de Barcelona (1983-1996) després d'haver exercit professionalment el periodisme en diversos mitjans de Barcelona i de un període de treball com traductor a institucions del sistema de Nacions Unides a Ginebra. Fou director de les campanyes de Pasqual Maragall a les eleccions al Parlament de Catalunya de 1999; de Joan Laporta a la presidència del Fútbol Club Barcelona (2003); d'Albert Pintat a la direcció del Govern d'Andorra (2005), entre altres. Col·labora com a consultor en comunicació estratègica amb diverses institucions públiques i privades.



Taller 3

■ Direcció de campanyes

6 i 7 de març

Tècniques i pràctiques de com es dirigeix una campanya. Els plantejaments inicials i com poden variar a causa d'esdeveniments externs, de l'actitud dels contrincants i/o dels resultats dels sondeigs, quantitatius i qualitatius. Necessitat de liderar la direcció per sobre, sovint, de voluntats dels actors polítics.

Docent: Pere Oriol Costa

Doctor en Ciències de la Informació per la UAB. Catedràtic de Comunicació i coordinador de Tercer Cicle del departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació a la Universitat Autònoma de Barcelona.

■ Mid-Term Elections USA

8 de març

Docent: Montse Prats

Marketing for Entrepreneurs per Georgetown University. Direcció Estratègica de Marca per ESADE. Màster de Marketing Polític per UAB. Marketing digital per ESADE.

Seguiment de les campanyes electorals 2008 i 2012 a Washington DC. Participació a l'IAPC a Washington DC.

Assessora de comunicació a l'Ajuntament de Barcelona i al de Gavà. Ha treballat en diverses institucions municipals en les àrees d'urbanisme i habitatge, sistemes de la informació, cultura i règim interior. També ha exercit de periodista a televisió, premsa i ràdio tant a l'àrea d'informatius com de programes.

Actualment és assessora de comunicació de diverses institucions a nivell local i internacional.

■ Tàctiques de persuasió i de campanya negativa

14 i 15 de març

El paper de les emocions i la informació política en la activació dels mecanismes de persuasió. Principals tàctiques de la comunicació persuasiva. Tàctiques per a la construcció d'una estratègia centrada en la campanya negativa.

Docents: Virginia García Beaudoux i Orlando D'Adamo

Doctors en Psicologia. Directors del Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano. Directors de [COMMUNICATIO](#), consultora de comunicació estratègica. Professors a la Universidad de Buenos Aires, i a la Universidad de Belgrano, Argentina. Dicten cursos de Comunicació Política en els postgraus de la Universidad de Salamanca; l'Instituto Universitario Ortega y Gasset a Madrid; i al Màster en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política (MAICOP) de la Universidad Pontificia de Salamanca. Autors de diversos llibres i publicacions en comunicació política. A més, recentment Virginia G. Beaudoux ha estat incorporada com a Investigadora Científica al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

Taller 4

■ Anàlisi de campanyes

20 i 21 de març

Es tracta d'analitzar les campanyes electorals des de diferents perspectives: política, tècnica i científica. Les classes tindran una estructura teòrica en la primera part i més pràctica en la segona, estimulant la participació activa dels estudiants.

Docent: Gabriel Colomé

Llicenciat en Ciències de la Informació (UAB, 1981). Doctor en Ciència Política (UAB, 1988). Professor de Ciència Política a la UAB. Director del Màster en Marketing Polític de la UAB. Convidat pel Departament d'Estat per a seguir la campanya presidencial nord-americana de 1988. Assistència al Seminari de la revista Campaigns & Elections a Washington DC, (1996) i (2002). Assistència al seminari d'anàlisi post electoral Presidenciales organitzat per l'Asociación Internacional de Consultores Políticos en Washington DC (2000). International Visiting Program del Departament d'Estat per a seguir les campanyes primàries americanes de 2000 i 2008. Director del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat de Catalunya (2007-2011). Actualment, regidor de l'Ajuntament de Barcelona.



■ **La imatge dels candidats polítics com a estratègia electoral**

27 de març

La imatge juga avui en dia un paper estratègic en el desenvolupament i èxit professional d'individus i organitzacions en el món de la política i dels negocis. A la política moderna es prima la forma sense descuidar el fons. El discurs importa, la imatge s'imposa.

Docent: M. Àngels Llimargas

Assessora d'imatge. Gerent de l'empresa [LLIMARGAS](#), especialitzada en les àrees de formació del personal de les empreses i institucions relatives a imatge i comunicació personal.

■ **Political Branding**

28 i 29 de març

El Valor de Marca com a factor determinant en l'èxit de la estratègia publicitària. Construint el Valor de Marca a través dels mitjans Tradicionals (ATL) i no Tradicionals (BTL).

Docent: Jorge D. Gerez

Llicenciat en Publicitat. Màster en Màrqueting Polític (UAB) amb menció d'honor, i Postgrau en Comunicació Estratègica de Marca (UAB). Consultor especialitzat en Branding Polític i Institucional. Director Executiu de [Quintella Gerez Branding Ltd](#). Soci Fundador i Director de Publicitat i Imatge Institucional de l'Asociación Argentina de Marketing Político (AAMP). Membre de l'American Association of Political Consultants (AAPC) i de l'International Association of Political Consultants (IAPC). Electo Rising Star 2011, per Campaigns & Elections, USA. Guanyador de dos Pollie Awards per l'AAPC, i d'un Reed Award per Campaigns & Elections. Autor del llibre "Estrategias de comunicación política comparadas", Ed. EAE. 2012

■ **Disseny electoral**

3 d'abril

El disseny com a eina de comunicació. Ecosistemes visuals. Art, disseny i publicitat. Imatge corporativa i imatge de partit. Les campanyes polítiques: anàlisi dels elements gràfics.

Docent: Vicenç Viaplana

Dissenyador des de 1978, ha desenvolupat nombrosos programes gràfics i canvis d'imatge per a empreses i institucions, entre les quals destaquem: New Art Barcelona, El Bulli, Museu Marítim de Barcelona, Centro Insular de Cultura de Las Palmas de Gran Canaria, Superser, Agni, Cecauro. Entre 1981 i 1985 dissenya els canvis d'imatge i nous símbols de: Compañia Telefónica Nacional de España i Agencia Efe entre molts altres. Membre de la Fundació Signes i de la Comissió d'experts de la Designpedia. Habitualment exposa la seva obra artística a la Galeria Carles Taché.

■ **Campanyes americanes**

4 i 5 d'abril

Docent: Flavia Freidenberg

Investigadora de l'Institut de Iberoamèrica de la USAL. Professora de l'Àrea de Ciència Política i de l'Administració de la mateixa universitat. Directora acadèmica del Programa de Màster i Doctorat en Estudis Llatinoamericans de la USAL. Directora d'Amèrica Latina Hoy, Revista en Ciencias Sociales, que edita la USAL. Ha impartit docència i desenvolupat estàncies d'investigació a diverses institucions acadèmiques d'Espanya, Amèrica Llatina, Estats Units i Europa. És membre de diverses associacions de Ciència Política i d'Estudis Llatinoamericans; membre de la Comissió Executiva de l'Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP) des de 2008 a 2014, columnista d'Infolatam.com des de 2006 i membre de la Junta Directiva de l'Asociación Española de Ciencia Política des d'octubre de 2009.



Taller 5

■ Publicitat política: les imatges de la política

10, 11 i 12 d'abril

Elements específics que configuren la publicitat política. Exemples pràctics extrets de campanyes electorals a Catalunya, Espanya i els Estats Units. Anàlisi de la transformació dels plantejaments formals i dels continguts de les imatges de la política.

Docent: Enric Casas

Titulat per ESADE en Alta Direcció d'Empreses (ADE 1995) ha estat responsable de la creació i evolució de la imatge municipal i impulsor de totes les campanyes des de "Barcelona més que mai" fins a "Visca Barcelona". Membre del PSC (PSC-PSOE) des de la seva fundació. Com a responsable de la publicitat electoral del PSC ha coordinat diferents campanyes municipals, autonòmiques i generals. Professor associat de la Universitat Autònoma de Barcelona de l'assignatura de Comunicació i Opinió Pública. Director de Comunicació Corporativa i Qualitat de l'Ajuntament de Barcelona (1996-2010). En aquesta direcció s'implanta l'estratègia global de les diferents actuacions de comunicació, promoció, imatge, identitat corporativa i investigació de mercats per al conjunt de l'Ajuntament. Director de l'Alcaldia de l'Ajuntament de Barcelona (2010-2011). Actualment, Cap de Gabinet de l'Alcaldia de Viladecans.

MÒDUL COMUNICACIÓ

Organització de la comunicació

■ Actituds, contextos d'expressió i comunicació

25 d'abril

Des de la perspectiva de la psicologia social es pretén tractar l'estabilitat de les actituds (actituds cristall/actituds líquid) donant especial èmfasis al paper del posicionament contextual de l'interlocutor. Per això, en primer lloc s'estudiaran els contextos d'expressió i les seves implicacions discursives, tant en situacions interpersonals com en col·lectives, i els seus efectes en les enquestes. En segon lloc s'anitzaran els biaixos perceptius en la comunicació i la seva influència específica en la comunicació política.

Docent: Francisco Elejabarrieta

Doctor en Psicologia Social per la UAB. Professor titular de Psicologia Social a la Universitat Autònoma de Barcelona

■ Comunicació de crisi

26 d'abril

Qualsevol organització pot patir contratemps que, mal gestionats, derivin en una crisi comunicativa i d'imatge. No obstant això, una bona previsió pot aconseguir que la nostra institució surti el menys danyada d'un context desfavorable. El taller abordarà de manera molt dinàmica i pràctica la gestió de la comunicació en situacions de crisi: qui ha de parlar, de quina manera, a qui, què ha de dir, com ha de fluir la informació internament i externament... Els alumnes aprendran les característiques d'un bon portaveu, així com les claus per donar solucions ràpides a problemes sobtats.

Docents: Sandra Bravo i David Espinós

Socis fundadors de [BraveSpinDoctors](#), assessoria de comunicació estratègica i màrqueting polític. Sandra Bravo és periodista i màster en màrqueting polític. Té experiència en diverses campanyes electorals. Ha treballat durant quatre anys a la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions, en el gabinet de presidència i com a experta en relacions internacionals. David Espinós és llicenciat en humanitats, postgrau en anàlisi i comunicació política i màster en periodisme. Ha treballat en diferents campanyes electorals i com a tècnic de comunicació en el gabinet de Magdalena Álvarez, ex ministra de Foment. Entre 2006 i 2010 va ser cap de premsa al Departament de la Presidència i en el de Política Territorial i Obres Públiques de la Generalitat de Catalunya.



■ Gabinet de comunicació

9 de maig

La transmissió de les opinions i de les propostes en una campanya, bé des de l'acció de govern o des de l'oposició, necessita una professionalització que passa per la creació d'un bon gabinet comunicatiu i una excel·lent relació amb els mitjans, així com per una clara estratègia.

Docent: Lluís Garriga

Periodista. Director adjunt del Grup Lavinia. Cap de premsa de l'Ajuntament de Barcelona (1999-2004). Ha treballat a Televisió Espanyola de Catalunya amb diverses responsabilitats. Fou responsable dels informatius al Canal Olímpic durant els Jocs de Barcelona '92 i ha treballat també al Diari de Barcelona com a redactor en cap.

■ Organització dels gabinets de comunicació

10 de maig

Els gabinets de comunicació han d'adaptar-se a les característiques de les organitzacions i líders pels que treballen, no canviar-los-hi la personalitat ni la manera de relacionar-se amb la societat. Un bon gabinet és aquell que maximitzarà les habilitats del polític o estructura per la que treballa, facilitarà el contacte amb el seu entorn d'interès i treballarà per mantenir una relació constant amb l'esmentat entorn des d'una perspectiva que sigui creativa, que generi interès als medis i als professionals, i que permeti construir entre ells relacions sòlides al llarg del temps. La feina del gabinet no es centrarà només, en la emissió d'informació sinó en l'anàlisi del posicionament del polític pel que es treballa, la seva notorietat i la percepció per part de la societat, dels missatges que s'emeten. Per fet tot això les xarxes socials són de gran utilitat.

Docent: Joan López

Llicenciat en Geografia i Història per la UB. Curs de Direcció estratègica de comunicació ESADE) Professor a les Universitat Abat Oliba (director del programa de mkt i comunicació per despatxos professionals) i UIC (professor de comunicació financera). Soci-director des de 2000 de [Strategycomm](#), una de les 50 primeres agències de comunicació a Espanya amb una àrea especialitzada en públic afers i sector parapúblic. Director de comunicació del Vicepresident IV del Parlament Europeu, Aleix Vidal-Quadras. Col·laborador a ABC edició Catalunya, Xarxa, 2324 del Canal 3/24 i Matí RAC 1. Candidat a l'alcaldia de Mataró 1991-1995-1999-2003. Cap del Grup del PP al Consell comarcal 1991-2003. Diputat al Parlament de Catalunya VII Legislatura. He estat, entre altres coses, Secretari de Política Municipal del PP 1995-2000, Director de l'Institut Catalunya Futur (FAES) 2007-2010. @joanlopezalegre

Discurs polític

■ Premsa, partits i política

15 de maig

Anàlisi de les relacions que s'estableixen entre els diferents actors que formen part de la política.

Docent: Francesc-Marc Àlvaro

Llicenciat en Ciències de la Informació per la Universitat Autònoma de Barcelona. Escriu a La Vanguardia i col·labora a Catalunya-Ràdio, Ràdio Barcelona i Ràdio 4. És professor de periodisme polític a la Facultat de Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull. És Premi Nacional de Periodisme. Ha escrit diversos llibres, entre els quals, "Ara sí que toca! Jordi Pujol, el pujolisme i els successors" (2003).



Taller 6

■ Construir un discurs

16 i 17 de maig

Discurs i relat. Models de referència i detecció de continguts. El caràcter tridimensional del missatge i els eixos i mapes de confrontació política en la postmodernitat. Exemples i supòsits pràctics d'elaboració. L'estructura mediàtica del discurs. Argumentari i trets formals. Construcció de textos.

Docent: Carles Castro

Doctor en Ciències de la Comunicació per la Universitat Autònoma de Barcelona. Professor de Periodisme a la Universitat Pompeu Fabra i fins 1993 a la Universitat Autònoma de Barcelona. Redactor d'informació política i anàlisi electoral de La Vanguardia. Autor de "Relato electoral de España. Las claves de la alternancia en el poder durante tres décadas" (2008) i de "Retrato electoral de Catalunya. Claves para comprender tres décadas de elecciones catalanas"

Taller 7

■ Oratòria política

22, 23 i 24 de maig

Per a ser eficaç, el discurs ha de ser emocionant. La Retòrica és la tècnica que permet arribar a emocionar a l'auditori. Com argumentar, com dir el discurs per a produir emocions concretes en auditoris concrets.

Docent: Xavier Fàhndrich

Periodista i Politòleg. Professor i Coach d'Oratòria Política. Coordinador Tècnic de l'Àrea de Promoció de la Ciutat de l'Ajuntament de Valls. Soci i fundador de l'equip de consultoria estratègica [Mintsmind SL](#). Professor associat de la UAB a la Facultat de Ciències Polítiques i Sociologia.

Política i mitjans de comunicació

■ Comunicació política i comportament electoral:

La experiència multinivell

30 i 31 de maig

Docent: Juan Montabes

Doctor en Dret i catedràtic de Ciències Polítiques y de l'Administració, Universidad de Granada. Degà de la facultat de Ciències Polítiques i Sociologia (2000-2003). Ha estat director del departament de Ciència Política i de l'Administració, director de la Fundació Euro-àrabe i membre de la Junta Electoral de Andalucía. President del Consejo del Audiovisual de Andalucía (2008-2010).

■ Xarxes de comunicació multimèdia

5 de juny

La transmissió de les opinions i de les propostes en una campanya, necessita una professionalització que passa per la creació d'un bon gabinet comunicatiu i una excel·lent relació amb els mitjans.

Docent: Josep Maria Carbonell

Doctor en Comunicació per la URL. Llicenciat en Filosofia per la UAB. Actualment és Degà de la Facultat de Comunicació Blanquerna de la URL. Professor de ciència política a la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna des de 1996. "Academic Visitor" al Centre d'Estudis Socials i Legals de la Universitat d'Oxford (2010). Ha estat President del CAC (2005-2009). Membre de la Fundació Joan Maragall, i President del Consell Editorial de CatalunyaReligió.Cat. Ha estat cap del Gabinet de Presidència de la Diputació de Barcelona (1986-1995), diputat del Parlament de Catalunya (1995-2005), membre del Consell d'Administració de XCaixa Catalunya, i membre de la Junta del CIDOB.



■ Política i mitjans de comunicació

6 i 7 de juny

No és suficient implementar bones polítiques sinó que, a més, és necessari que aquestes mesures es publicitin davant de l'opinió pública per obtenir el resultat desitjat. Per tant, és essencial que els polítics es comuniquin amb tots els sectors i que coneguin les eines que facilitin aquesta comunicació.

Docent: Antoni Gutiérrez-Rubí

Assessor de comunicació i consultor polític. Membre de les principals associacions professionals com ADECEC (Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación), EAPC (European Association of Political Consultants), ACOP (Asociación de Comunicación Política), DIRCOM (Asociación de Directivos de Comunicación) o l'Associació Catalana de Comunicació i Estratègia Polítiques (ACCEP). És professor dels màsters de comunicació de diferents universitats com la Universidad de Navarra, la Carlos III, la Pontificia de Salamanca, la UAB o l'Instituto Universitario de Investigación Ortega i Gasset, entre d'altres. Publica habitualment als diaris El Periódico de Catalunya, El País, Expansión o Cinco Días. I és autor de diferents llibres: Políticas. Mujeres protagonistas de un poder diferenciado (2008); Micropolítica. Ideas para cambiar la comunicación política (2010); 32 Tendencias de cambio (2010-2020), junt amb Juan Freire (2010); Filopolítica: filosofía para la política (2011); La política vigilada. La comunicación política en la era de Wikileaks (2011).

@antonigr www.gutierrez-rubi.es

Taller 8

■ Actuar en televisió

13 i 14 de juny

El mitjà que arriba a més nombre de ciutadans, com utilitzar-lo, la seva influència real, els diferents canals. Com utilitzar-los per a difondre els missatges que es vol per part dels actors polítics.

Docents:

Manel Mateu

Doctor en Ciències de la Comunicació per la Universitat Autònoma de Barcelona. Periodista de TV3 des de 1983. Professor associat del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la UAB. Responsable i analista de televisió informativa del MIGRACOM (Observatori Migració i Comunicació, Grup de Recerca Consolidat de la Generalitat de Catalunya). Va ser membre del Consell Assessor de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV), cap d'Edició del Telenotícies Nit i sotsca de la Secció de Catalunya de TV3.

Laura Solé

Llicenciada en Ciències de la Informació per la UAB. Professora associada de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB on imparteix assignatures de televisió i de llenguatge audiovisual. Coordinadora i col·laboradora en diferents cursos i Postgraus de la UAB i d'altres empreses i institucions privades. Experiència de més de 23 anys en el món de la televisió, concretament a TV3, on durant els últims 8 anys ha editat i presentat l'informatiu "324 Comarques" i ha fet diversos cicles d'entrevistes a personatges destacats i rellevants dins l'espai "L'Entrevista" del canal 3/24. @laurasole_tv

■ Community Management

20 i 21 de juny

Amb aquestes sessions aprendrem a dissenyar i executar un *social mediaplan*, emmarcant-lo en l'escenari polític. Donarem les claus per fixar objectius, segmentar públics, establir indicadors... a través d'una primera sessió teòrica, amb estudi de casos reals, i una segona sessió-taller amb *rol playing* on es desenvoluparà un cas d'actualitat

Docents:

Txell Costa

Periodista, Postgrau en Comunicació Política i Institucional i un Màster en Dinamització de la Societat i el Coneixement. Ha estat als dos bàndols de la comunicació: ha treballat en mitjans (Com Ràdio, Catalunya Ràdio...) i en diferents gabinets de comunicació públics i privats. És assessora de comunicació digital al programa d'internacionalització d'ACC10 (Generalitat de Catalunya) i docent de la Universitat de Girona.

Bernat Gimeno

Llicenciat en Periodisme per la UAB i Màster en Màrqueting Polític. És consultor en xarxes socials a INITEC (empresa de màrqueting i comunicació digital) des de l'any 2009 i professor en cursos de community manager des del 2011. Està especialitzat en el posicionament i la reputació a la xarxa d'empreses i organitzacions.



Institut de Ciències Polítiques i Socials

c/ Mallorca 244, pral., 08008 Barcelona
www.icps.cat

amb la col·laboració de

Diputació de Barcelona

Departament de Ciència Política i Dret Públic (UAB)

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació (UAB)