

Postgrau

Anàlisi i Comunicació Política



UAB Escola de Postgrau
Universitat Autònoma de Barcelona

coordinació i gestió:

ICPS

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

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)

Curs 2010 - 2011

POSTGRAU ANÀLISI I COMUNICACIÓ POLÍTICA

Director: Gabriel Colomé

Postgrau de la Universitat Autònoma de Barcelona impartit per l'Institut de Ciències Polítiques i Socials, amb la col·laboració de la Diputació de Barcelona, que forma part del *Màster en Marketing Polític. Estratègies i comunicació política*.

Objectius

L'objectiu del postgrau és oferir una formació específica en anàlisi i comunicació política a llicenciats en ciències polítiques, sociologia, ciències de la informació i ciències socials, així com a professionals en exercici.

Calendari

Del 28 d'octubre de 2010 al 15 de gener de 2011 i
del 4 de març al 2 de juliol de 2011

Informació

Programa

El programa consta de tres blocs que, estructurats en set mòduls, comprenen classes teòriques i pràctiques.

Aquests mòduls formen part del *Màster en Marketing Polític*

Anàlisi

• Estratègies polítiques

- Introducció a la política espanyola •
- Lliçó inaugural sobre Ciència Política i Política •
- Escenaris polítics •
- Estratègia i comunicació Taller 1 •
- Estratègies polítiques •
- Estratègies de coalicions Taller 2 •

• Enquestes

- Anàlisi d'escenaris electorals •
- Límits i virtualitats de les enquestes •
- Conèixer els ciutadans •
- Anàlisi d'enquestes Taller 3 •

Campanyes

• Campanyes

- Anàlisi i disseny de polítiques: presa de decisions i assessorament polític •
- Programa electoral, "temes" i pla de campanya •
- Anàlisi de campanyes Taller 5 •
- Direcció de campanyes Taller 6 •

• Política i imatge

- Marketing de confiança Taller 7 •
- Publicitat política: les imatges de la política Taller 8 •
- Political Branding •
- La imatge dels candidats polítics com a estratègia electoral •
- Campanyes americanes •
- Campanyes llatinoamericanes: un model mixt d'estratègies de mobilització •

• sessions en castellà

Comunicació

- **Organització de la comunicació**
 - Gabinet de comunicació
 - Seguretat i Política
 - Organització de la comunicació Taller 9
 - Noves tecnologies de la Comunicació, Política i Democràcia: el pensament orientat cap al futur
 - Actituds, contextos d'expressió i comunicació
- **Discurs polític**
 - Oratòria política Taller 10
 - Premsa, partits i política
 - Comentari polític
 - Construir un discurs Taller 11
- **Política i mitjans de comunicació**
 - Política i mitjans de comunicació
 - Imatge i disseny Taller 12
 - Actuar en televisió Taller 13

The Washington Post

LA VANGUARDIA

AVUI⁺.cat

The New York Times

EL PAÍS

Le Monde

Daily Mirror

el Periódico

SPIEGEL

CORRIERE DELLA SERA

análisi

ANÀLISI

Estratègies polítiques

■ Introducció a la política espanyola

28 d'octubre

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: Verònica Fumanal

Llicenciada en Ciències Polítiques per la UAB, Màster en Marketing Polític, UAB i Postgrau en La Pràctica de la Comunicació Política. Exerceix la docència a diversos cursos relacionats amb la comunicació política i institucional. Membre del programa del Departament d'Estat dels Estats Units "A Voluntary Visitor Project for Spain" durant les primàries '08. Socia consultora de Politikom.

■ Lliçó inaugural sobre Ciència Política i Política

29 d'octubre

Docent: Isidre Molas

Doctor en Dret. Catedràtic de Dret Constitucional de la Universitat Autònoma de Barcelona. 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). Actualment és vicepresident primer del Senat i president del Partit dels Socialistes de Catalunya. Algunes publicacions: Lliga Catalana (Barcelona, 1972); La Ciutat Il·lunyana (1982); El socialisme de la llibertat (1992).

■ Escenaris polítics

4 i 5 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

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 NNUU 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.

Taller 1

■ Estratègia i comunicació

11, 12 i 13 de novembre

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 Parlamento 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.

■ Estratègies polítiques

19 i 20 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 eficaces 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. 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.

Taller 2

■ Estratègies de coalicions

25, 26 i 27 de novembre

Anàlisi del procés de formació de governs de coalició. El rol i el comportament dels equips negociadors en la creació de coalicions governamentals en una situació parlamentària minoritària. Constitució del govern resultant i presentació de l'acord coalicional i de la distribució de parcel·les de poder polític.

Docents:

Jordi Matas

Llicenciat en Dret per la UB i en Ciències Polítiques i Sociologia per la UAB. Doctor en Ciències Polítiques i de l'Administració per la UB. Ha estat secretari general (2002-2004) i vicerector (2001-2008) de la Universitat de Barcelona. Catedràtic de Ciència Política i de l'Administració de la Universitat de Barcelona. Ha publicat, entre d'altres títols, Coaliciones Políticas y Gobernabilidad, El control político de la Administración i El sistema polític de Catalunya.

Josep Maria Reniu

Llicenciat en Ciències Polítiques i Sociologia per la UCM. Postgrau en Dret Constitucional i Ciència Política pel Centro de Estudios Constitucionales de Madrid. Doctor en Ciències Polítiques i de l'Administració per la UB. Professor titular de Ciència Política i de l'Administració de la Universitat de Barcelona. Ha publicat, entre d'altres títols, La formación de gobiernos minoritarios en España, 1977-1996, ¿Merece la pena coaligarse? i Los gobiernos de coalición en los sistemas presidenciales de Latinoamérica: elementos para su estudio.

Enquestes

■ Anàlisi d'escenaris electorals

10 i 11 de desembre

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. Actualment, cap de gabinet del Delegat Especial de l'Estat a la Zona Franca de Barcelona. 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 Marçet, "Las elecciones municipales de 2007 en Cataluña" (2008).

■ Límits i virtualitats de les enquestes

17 de desembre

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 al 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", "Ciencia Política y Derecho", "La legislación estatal en la España democrática: una aproximación politológica", a més d'articles sobre eleccions, partits i èlits polítiques com "Las encuestas electorales en la sociedad mediática".

■ Conèixer els ciutadans

18 de desembre

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 Empresariales, especialitat Sociologia i Política per la Universitat de Barcelona (1981-1986). Fou directora de VOXPUBLICA Catalunya. El 1988 va dirigir el Departament d'Estudis d'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

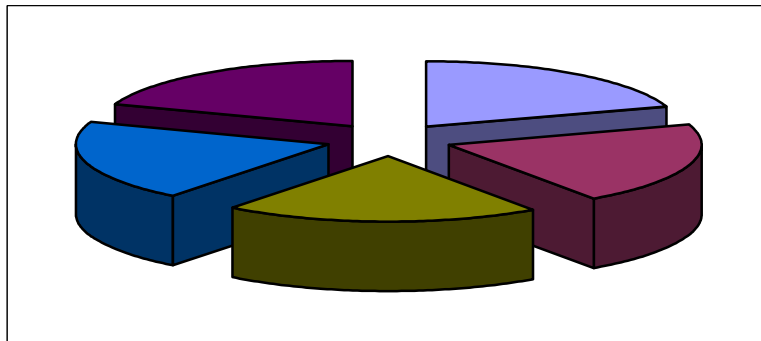
■ **Anàlisi de les enquestes**

13, 14 i 15 de gener

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 Elías

Responsable de l'Àrea d'Estudis del Centre d'Estudis d'Opinió CEO, supervisant i coordinant les enquestes que realitzen els diversos departaments de la Generalitat de Catalunya. Institut Opina: analista (1997-2001), directora tècnica (2001-2005), especialista en l'àmbit dels estudis d'opinió pública, com el Pulsómetro de la Cadena Ser, i responsable de la coordinació de tots els estudis de satisfacció d'usuaris i de mercat.



companies

CAMPANYES

Campanyes

- **Anàlisi i disseny de polítiques: presa de decisions i assessorament polític** 4 de març

Estudia la metodologia de l'anàlisi i disseny de polítiques, el rol dels assessors experts i les seves relacions amb el govern. Disseny estricte de les polítiques, planificació d'actuacions de negociació, comunicació i *lobbying*.

Docent: Albert Calderó

Advocat. Consultor de govern i direcció pública. Fou fundador i subdirector d'Estratègia Local, equip de consultors d'estratègia, organització i marketing per al sector públic. Fou Director d'organització i personal de l'Ajuntament de Terrassa. És també professor de diversos màsters i postgraus de Gestió Pública.

- **Programa electoral, "temes" i pla de campanya** 5 de març

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. Actualment és secretari general del departament d'Indústria de la Generalitat de Catalunya.

- **Direcció de campanyes** 10, 11 i 12 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

Catedràtic de Comunicació i coordinador de Tercer Cicle del departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació a la Universitat Autònoma de Barcelona.

Taller 6

■ Anàlisi de campanyes

17, 18 i 19 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 postelectoral 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. Actualment és director del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat de Catalunya.

Política i imatge

Taller 7

■ Marketing de confiança

24, 25 i 26 de març

No és possible la ciutat o un país sense la confiança mútua entre equip de govern/administració pública i ciutadans/organitzacions cíviques. Des d'on es crea, potencia i sosté aquesta confiança? A través de què i de qui? El marketing de confiança és una forma de pensar i gestionar el nou repte de les administracions públiques per a ciutadanitzar-les.

Docent: Toni Puig

Assessor d'educació, cultura i benestar i coordinador de la red de Centres Cívics de l'Ajuntament de Barcelona. Professor de marketing de l'Institut de Direcció i Gestió Pública d'ESADE. Consultor i conferenciant convidat a universitats i institucions d'Espanya i Amèrica Llatina. Autor de publicacions sobre comunicació, cultura o marketing. El seu últim llibre és Marca Ciudad.

Taller 8

■ Publicitat política: les imatges de la política

31 de març, 1 i 2 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.

Des de 1996 és director de Comunicació Corporativa i Qualitat de l'Ajuntament de Barcelona. 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 des de gener de 2010.

■ **Political Branding**

7 d'abril

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

Publicitari i Analista en Mitjans de Comunicació (USAL-Bs.As.), Màster en Marketing Polític (UAB), Postgrau en Branding (UAB) Director de Quintella Gerez Branding Ltd.; Premiat per la American Association of Political Consultants amb el Pollie Award 2009 (Millor Spot de TV Internacional); Nominat al Reed Award 2010 per la revista Campaigns and Elections (Millor Spot de TV Internacional); Soci Fundador de la Asociación Argentina de Marketing Político; 10 anys d'experiència internacional en la construcció de marques.

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

8 d'abril

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 las àrees de formació del personal de les empreses i institucions relatives a imatge i comunicació personal.

■ **Campanyes americanes**

9 d'abril

Anàlisi dels elements específics que configuren la publicitat i la seva transformació en publicitat política amb especial èmfasi en les campanyes nord-americanes.

Docent: Xavier Dominguez

Political Marketing Director de l'empresa S.C.P.F. Consultor polític i electoral. Màster en Marketing Polític, s'ha especialitzat en Estrategia Electoral per la Graduate School of Political Management de la George Washington University. Ha dirigit i assessorat campanyes electorals a Espanya, Mèxic, Costa Rica i Guatemala.



■ **Campanyes llatinoamericanes: un model mixt d'estratègies de mobilització**

15 i 16 d'abril

Campanyes electorals a Amèrica Llatina. Estratègies de campanyes mediàtiques vs. estratègies de campanyes clientelars: un model mixt i complementari. Anàlisi dels elements específics que configuren la transformació que ha experimentat les campanyes en Amèrica Llatina, mostrant la manera en què les campanyes mediàtiques d'estil cada vegada més "professionalitzat o americanitzat" conviuen amb altres estratègies de tall clientelar. El paper de les organitzacions informals sobre l'èxit electoral. Clientelisme i patronat com a maneres de relació social i mobilització electoral. Màquines polítiques. Diferències entre compra de vot i clientelisme. El clientelisme com a una manera de resoldre els problemes quotidians i ¿com a una estratègia electoral?

Docent: Flavia Freidenberg

Subdirectora de l'Institut Iberoamericano de la Universidad de Salamanca (USAL). Professora de Ciència Política y de la Administració (USAL) i Directora Acadèmica del Postgrau de Estudios Latinoamericanos impartit a l'Institut de Iberoamèrica (USAL). Directora de América Latina Hoy, revista de Ciències Socials. Directora del curs Elecciones y Comunicación Política, USAL-FUNFLODE a Santo Domingo, República Dominicana.



comunicació

COMUNICACIÓ

Organització de la comunicació

■ Gabinet de comunicació

29 d'abril

Anàlisi del procés de transició d'un model basat en tasques d'informació pròpies d'un Gabinet de Premsa, cap a activitats pròpies de la Direcció de Comunicació.

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.

■ Seguretat i Política

30 d'abril

Definició de Seguretat, context i àmbits d'aplicació. Introducció a les estratègies de conflicte. Comunicació i campanya: seguretat de la informació, persones i actes. Sistemes d'autoavaluació.

Docent:

Taller 9

■ Organització de la comunicació

5, 6 i 7 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: Margot Pascual

Llicenciada en Ciències de la Informació i Màster en Ciència Política per la Universitat Autònoma de Barcelona. Especialitzada en la direcció de Gabinet de Comunicació, tant en el món de l'Administració com de l'empresa. Ha estat Cap de premsa del grup Entesa Catalana de Progrés al Senat espanyol i responsable del Gabinet de Comunicació del departament de Sanitat de la Generalitat de Catalunya.

■ **Noves tecnologies de la Comunicació, Política i Democràcia:
el pensament orientat cap al futur**

13 de maig

La relació històrica entre mitjans de comunicació i política ha estat marcada, des de la transició política espanyola, per una relació de normalització en un país que va haver de consolidar el sistema democràtic no solament des del punt de vista polític sinó també des del punt de vista mediàtic. Passar d'un sistema monolític com fou la dictadura a un sistema plural dels mitjans és explicar la pròpia història d'aquest país. El segle XXI, amb la irrupció de la nova societat informacional, planteja nous reptes i noves preguntes a la relació entre el que és públic i el que és privat, entre el que és polític i el que és mediàtic.

Docent: Santiago Ramentol

Doctor en Ciències de la Comunicació, és professor titular de Comunicació Científica a la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha estat director dels informatius en català de TVE Catalunya, sotsdirector del setmanari Mundo, redactor en cap de Cultura i Ciència d'El Periódico de Catalunya, director del diari Avui, cap de la Unitat de Comunicació i Imatge de la Universitat Autònoma de Barcelona, director de Ràdio Estel i director de Ciència & Vida (Science & Vie). Des de 1999 és secretari general del Consell de la Informació de Catalunya.

■ **Actituds, contextos d'expressió i comunicació**

14 de maig

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'analitzaran els biaixos perceptius en la comunicació i la seva influència específica en la comunicació política.

Docent: Francisco Elejabarrieta

Professor titular de Psicologia Social a la Universitat Autònoma de Barcelona

Discurs polític

Taller 10

■ **Oratòria política**

19, 20 i 21 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. Soci i fundador de MintsMind, SL. equip de consultors d'estratègia. Professor associat de la UAB i de la URV. Professor d'oratòria política a EUDEL i al Postgrau de Participació Ciutadana i Comunicació de la Fundació Universitat de Girona. Professor de participació ciutadana a les Diputacions Provincials de Barcelona i Girona. Professor de comunicació institucional a l'Escola d'Administració Pública de Catalunya.

■ **Prensa, partits i política**

27 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, l'últim dels quals titulat Ara sí que toca! Jordi Pujol, el pujolisme i els successors.

■ **Comentari polític**

28 de maig

Les diferents formes que el comentari polític pren en els mitjans audiovisuals i en els mitjans escrits. Cal una opinió documentada, construir l'opinió sobre alguns elements objectius que enriqueixin al lector i aportin credibilitat als punts de vista del articulista.

Docent: Joan B. Culla

Professor d'Història Contemporània de la Universitat Autònoma de Barcelona des del 1977 i autor d'una dotzena de llibres, l'últim dels quals és Israel, el somni i la tragèdia (La Campana, 2004), traduït al castellà com La tierra más disputada (Alianza Editorial, 2005). Des de fa una quinzena d'anys, cultiva setmanalment l'articulisme d'anàlisi polític (als diaris Avui i posteriorment El País) i és el director del programa Segle XX de Televisió de Catalunya.

Taller 11

■ **Construir un discurs**

2, 3 i 4 de juny

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".



Política i mitjans de comunicació

■ Política i mitjans de comunicació

10 i 11 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: Antonio Gutiérrez-Rubí

Assessor de comunicació pública i política a Espanya i Centre Amèrica on ho és de presidents i responsables ministerials. És professor dels màsters de comunicació de la Universidad de Navarra, la de Carlos III, la UDJC, la Pontificia de Salamanca, la UAB, la UCM, la UIMP i la UPEC. Publica habitualment als diaris El Periódico de Catalunya, El País, Público, Expansión, Cinco Días i al diari nord-americà Siglo 21 (dirigit especialment a la comunitat llatinoamericana de New Hampshire). Col·labora també a diversos portals com el Directorio del Estado (El portal del gobierno electrónico). Promou les comunitats virtuals eDemocracia i Responsabilidad Global.

Taller 12

■ Imatge i disseny

16, 17 i 18 de juny

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: Compañía 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.



Taller 13

■ **Actuar en televisió**

30 de juny i 1 i 2 de juliol

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:

Bàrbara Arqué

Llicenciada en Ciències de la Informació i Ciències Polítiques i Sociologia per la Universitat Autònoma de Barcelona. Periodista de Serveis Informatius de Televisió de Catalunya. Presenta la franja matinal del canal 3/24.

Jordi Eroles

Periodista de Serveis Informatius de Televisió de Catalunya. Presenta la franja matinal del canal 3/24.

Manel Mateu

Professor associat de Periodisme audiovisual a la Universitat Autònoma de Barcelona. Periodista de Serveis Informatius de Televisió de Catalunya des de 1983.



informació

i postgrau

Requisits d'admissió

- Llicenciat universitari o
- Professional en exercici

Titulació

Postgrau *Anàlisi i Comunicació Política*

Avaluació

Assistència a les classes acreditada amb signatura i elaboració d'un treball d'investigació sota la direcció dels tutors assignats.

Pràctiques

Possibilitat de realitzar pràctiques voluntàries.

Horari

dijous i divendres de 15,30 a 19,30 h
dissabtes de 10,00 a 14,00 h

Preu

Matrícula, 2.400 €. Inclou tot el material de les sessions i activitats complementàries. Possibilitat de finançament a través de Caixa Catalunya.

Preinscripció

De l'1 de juny al 26 de setembre de 2010, a través del **formulari d'inscripció** (operatiu a partir de l'1 julio de 2010).

- És imprescindible entregar un Currículum Vitae per correu electrònic
- Realitzar el pagament de 250 € de preinscripció a compte de l'import de la matrícula

Aquest import es retornarà únicament en cas de no ser admès (no per baixa voluntària). L'alumne/a haurà de sol·licitar la devolució i presentar-se a secretaria per tal de fer-la efectiva abans del 15 de desembre de 2010.

Matriculació

Del 13 al 15 d'octubre de 2010, personalment, a la seu de l'ICPS, de 10 a 14 hores previ avís de secretaria.

Documentació obligatòria a entregar:

- Acreditació de la llicenciatura, amb documentació addicional segons el país d'origen de l'alumne
- Fotocòpia del DNI o passaport
- 3 fotografies actualitzades tipus carnet

Modalitats de pagament:

- En un únic pagament, previ a la formalització de la matrícula
- En dos pagaments: el primer previ a la formalització de la matrícula, i el segon 30 dies després

Manera d'efectuar el pagament:

- Transferència bancària (fer constar el nom de l'interessat/da)
- Targeta de crèdit: omplint el **formulari de pagament**

L'ICPS es reserva el dret d'anul·lació del curs en cas de no existir el nombre mínim d'alumnes

Per a informació addicional contactar amb:

Institut de Ciències Polítiques i Socials




c/ Mallorca, 244, pral., 08008 Barcelona

telf.: 34 93 487 10 76 (Mercè Sala)


c/e: salamm@diba.cat

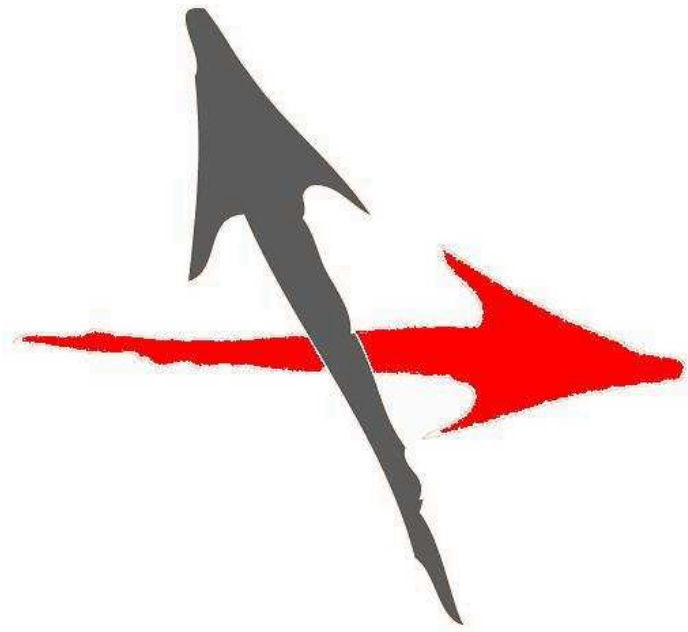
www.icps.cat/postgraus.asp



 Metro
 L3 Diagonal  L5 Passeig de Gràcia

 Ferrocarrils
 Provença

 Autobús
 7, 16, 17, 22, 24, 28, 20, 43, 44



Institut de Ciències Polítiques i Socials

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