

MÀSTER EN MARKETING POLÍTIC

UAB

Universitat Autònoma de Barcelona

M

M

Estratègies i comunicació política

Curs 2012 - 2014

■ Novena edició

Curs bilingüe

Director

Gabriel Colomé

P

Coordinació i gestió:



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

Programa interuniversitari



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)

MÀSTER EN MARKETING POLÍTIC: ESTRATÈGIES I COMUNICACIÓ POLÍTICA

Director: Gabriel Colomé

Màster professional interuniversitari de la Universitat Autònoma de Barcelona, amb la Universidad de Granada i la Universidade de Santiago de Compostela

Missió

El Màster està destinat a formar a futurs professionals de la consultoria i comunicació política, a partir d'eines teòriques i pràctiques. L'objectiu és oferir una formació específica en màrqueting i comunicació política a llicenciats en ciències polítiques, sociologia, ciències de la comunicació i ciències socials.

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 Màster conflueixen acadèmics de vàries 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 programa MMP pretén contribuir al desenvolupament i consolidació d'una cultura professional dels responsables d'assessoria i comunicació política, basada en el seu reconeixement com a eina per a l'estratègia i gestió de la pràctica política.

Com a programa de la Universitat Autònoma de Barcelona, impulsa la investigació i professionalització en el camp de la política activa, buscant l'excel·lència en aquest àmbit.

Calendari

Informació

Programa

El programa s'estructura en cinc grans blocs temàtics, amb un total d'onze seccions específiques:

Anàlisi

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

Actors

- **Escenaris electorals**
 - Sessió de treball 1 PPC
 - Comportament electoral
 - Sessió de treball 2 ICV
 - Euskadi
 - Sessió de treball 3 ERC
 - Galícia
- **Actors en la política**
 - Sessió de treball 4 CiU
 - Actors, partits i mitjans
 - Institucions, actors i comunicació política
 - Sessió de treball 5 PSC
 - Sistema i dret electoral: anàlisi del sistema polític espanyol i català
 - Líders i lideratges
 - Lideratge
 - Sessió de treball 6 C's

Campanyes

- **Campanyes**
 - Polítiques de Seguretat. La seguretat en la pràctica política
 - Programa electoral, "temes" i pla de campanya
 - Estratègia i comunicació Taller 2
 - Direcció de campanyes Taller 3
 - 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 llatinoamericanes: un model mixt d'estratègies de mobilització
 - Publicitat política: les imatges de la política Taller 5

Comunicació

- **Organització de la comunicació**
 - Actituds, contextos d'expressió i comunicació
 - Comunicació de Crisi
 - Gabinetes de comunicació I
 - Gabinetes de comunicació II
- **Discurs polític**
 - Premsa, partits i política
 - Comentari polític
 - Construir un discurs
 - Oratòria política Taller 6
- **Política i mitjans de comunicació**
 - Xarxes de Comunicació multimèdia
 - Política i mitjans de comunicació
 - Actuar a televisió Taller 7

Institucional

- **Govern relacional**
 - Estratègies de coalicions Taller 8
 - Direcció pública
 - Govern relacional
 - Competències per a desenvolupar un govern eficaç
- **Gestió de la comunicació en el govern**
 - Plans de comunicació local Taller 9
 - Procés de presa de decisions
 - E-govern
 - Marketing de confiança Taller 10
 - El rol del Parlament de Catalunya
 - La política com a projecte i com a gestió: notes d'una experiència

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

análisi

ANÀLISI

Estratègies polítiques

■ Lliçó inaugural sobre Ciència Política i Política

26 d'octubre

Docent: Isidre Molas

Doctor en Dret. Catedràtic de Dret Constitucional de la Universitat Autònoma de Barcelona. 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 llunyana" (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

27 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: Verónica Fumanal

Llicenciada en Ciències Polítiques (UAB). Màster en Màrqueting polític (UAB) i Postgrau en Pràctica de la Comunicació Política (UAB). Directora de [Politikom](#), agència especialitzada en comunicació política. Docent en diversos estudis relacionats amb la comunicació política i institucional. Està especialitzada en el màrqueting polític, el disseny del missatge i l'estratègia electoral. Ha dirigit diverses campanyes electorals i gabinets de comunicació a nivell municipal, autonòmic i nacional per a diferents partits polítics. Col·laboradora habitual a diversos mitjans de comunicació. Premiada per el Círculo de Mujeres de Negocios per la seva trajectòria com a CEO de Politikom. Sòcia de l'Asociación de Comunicación Política (ACOP) i sòcia fundadora de la Societat Catalana de Comunicació i Estratègies Polítiques (SCCIEP).

■ **Escenaris polítics**

9 i 10 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**

16 i 17 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. Actualment, Director del Gabinet de la Presidència del Consorci de 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 Marcet, "Las elecciones municipales de 2007 en Cataluña" (2008).

■ **Estratègies polítiques**

23 i 24 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

30 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

1 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 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

13, 14 i 15 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.

actors

ACTORS

Escenaris electorals

Sessió de treball 1

■ Sessió de treball

10 de gener



Partit Popular de Catalunya, PPC

■ Comportament electoral

11 i 12 de gener

S'examinen les lògiques que hi ha darrere les decisions de vot, per veure com es combinen factors individuals i mecanismes polítics.

Docent: Joan Botella

Doctor en Dret. Catedràtic de Ciència Política de la Universitat Autònoma de Barcelona, i en l'actualitat degà de la Facultat de Ciències Polítiques i Sociologia. Ha estat membre del Consell de l'Audiovisual de Catalunya i assessor d'OPINA, S.A. És membre del Consell de Govern de l'ICPS. Àmbits d'especialització: comportaments electorals, govern local, política comparada, polítiques universitàries. Autor o coautor d'onze llibres de l'especialitat, de més de vint contribucions en obres col·lectives i d'una trentena d'articles en revistes professionals.

Sessió de treball 2

■ Sessió de treball

17 de gener



Iniciativa per Catalunya Verds, ICV

■ Euskadi

18 i 19 de gener

Estudi de cas sobre Euskadi.

Docent: Francisco Llera

Doctor en Ciència Política i Sociologia. Catedràtic de Ciència Política i director del Departament de Ciència Política i de la Administració de la Universidad del País Vasco.

Sessió de treball 3

■ Sessió de treball

24 de gener



Esquerra Republicana de Catalunya, ERC

■ **Galícia**

25 i 26 de gener

Estudi de cas sobre Galícia.

Docent: José Manuel Rivera

Doctor en Filosofia. Professor i Director del departament de Ciència Política i de l'Administració a la Universidade de Santiago de Compostela. Ha estat secretari general de Anàlisi i Projecció de la Xunta de Galicia.

Actors en la política

Sessió de treball 4

■ **Sessió de treball**

31 de gener



Convergència i Unió, CiU

■ **Actors, partits i mitjans**

1 i 2 de febrer

Estudi de cas sobre Andalusia.

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-àrab i membre de la Junta Electoral de Andalucía. President del Consejo del Audiovisual de Andalucía (2008-2010).

■ **Institucions, actors i comunicació política**

7 de febrer

S'analitza la relació de les Institucions polítiques bàsiques, especialment el Parlament i el Govern, amb els principals actors polítics: partits i els seus grups parlamentaris, electes dels diversos nivells de govern, grups de pressió i altres actors, així com la relació d'aquests dos àmbits de la vida política amb els mitjans de comunicació. L'anàlisi de l'activitat interna d'institucions i actors en aquesta relació amb la comunicació política n'és l'element determinant.

Docent: Joan Marcet

Doctor en Dret per la UAB (1982). Certificat d'Études Politiques per l'Institut d'Études de Paris (1976). Llicenciat en Dret per la UB (1973). Actualment és director del Institut de Ciències Polítiques i Socials (ICPS) i professor titular de Dret Constitucional a la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Ha estat Diputat al Congrés de Diputats entre 1982 i 2004. Vicepresident del Congrés de Diputats a les legislatures 1989-1993 i 1996-2000. Portaveu del Grup Parlamentari Socialista al Congrés per a diferents Comissions. Durant anys ha combinat la dedicació política amb l'activitat investigadora en el camp dels partits polítics, de l'anàlisi electoral, i més recentment, en l'anàlisi del Parlament i del Dret parlamentari. Autor de diverses publicacions sobre Dret Constitucional i Ciència Política.

Sessió de treball 5

■ **Sessió de treball**

8 de febrer

 Partit dels Socialistes de Catalunya, PSC

■ **Sistema i dret electoral:
anàlisi del sistema polític espanyol i català**

9 de febrer

Anàlisi del dret electoral vigent, els factors ideològics i socials que influeixen en el comportament electoral, els sistemes de partits que resulten del mateix, i l'anàlisi dels factors que faciliten o dificulten la seva estabilitat.

Docent: Montserrat Baras

Doctora en Dret. Professora titular de Ciència Política a la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha estat directora del departament de Ciència Política i Dret Públic de la Universitat Autònoma de Barcelona. Especialitzada en política espanyola, anàlisi de partits polítics i eleccions. Coordinadora del [Grup de Recerca sobre Èlites y Partidos políticos](#) (GREP). Obres més significatives: "Acció Catalana (1922-1936)" Curial, 1984 i "El sistema electoral" Tecnos, 1996.

■ **Líders i lideratges**

14 i 15 de febrer

El nou lideratge social i polític accentua la responsabilitat, el valor del pensament estratègic, la generació de consens en l'entorn de propostes de govern, saber anticipar-se als problemes, acció política integral i dinamització de la creativitat social.

Docent: Jordi López Camps

Doctor en Biologia per la Universitat de Barcelona i diplomad per ESADE en Funció Gerencial de l'Administració Pública. Ha desenvolupat diverses activitats directives a l'Administració Local i en els processos de millora de la qualitat dels serveis públics, i responsable del Servei de Formació Local de la Diputació de Barcelona. Ex director general d'Afers Religiosos de la Generalitat de Catalunya. President de la Comissió Executiva del Patronat de la Muntanya de Montserrat (2007-2011). En l'actualitat, des de febrer de 2012 és Gerent de serveis de Cultura de la Diputació de Barcelona.

■ **Lideratge**

16 de febrer

Estudi dels principals elements de formació i consolidació d'un lideratge polític, des de l'elaboració de l'estratègia comunicativa fins a la redacció del discurs, i anàlisi interactiu de les pràctiques dels diferents agents que intervenen en la Comunicació Política.

Docent: Juan Milián

Llicenciat en Ciències Polítiques i de l'Administració (UPF) i màster en direcció Financera i Comptable de l'Empresa (IDEC). Actualment, diputat al Parlament de Catalunya pel Grup Parlamentari del Partit Popular i portaveu d'aquest grup a la comissió d'Acció Exterior i Unió Europea. Membre del Consell Rector del Centre d'Estudis d'Opinió. Membre fundador de l'Asociación de Comunicación y Estrategia Política (ACEP), i de la Societat Catalana de Comunicació i Estratègia Polítiques (SCCIEP). Autor dels llibres "Es la hora David Cameron" LID Editorial (2010), i "Los nuevos liderazgos políticos", Ed. Universitat Oberta de Catalunya (2010).

Sessió de treball 6

■ **Sessió de treball**

21 de febrer



Ciutadans, C's

campaignes

CAMPANYES

Campanyes

■ **Polítiques de Seguretat.**

La seguretat en la pràctica política

22 de febrer

Anàlisi de les polítiques de seguretat i el seu àmbit d'aplicació en les estratègies de seguretat pública. Experiències en la gestió i la prevenció de la seguretat ciutadana segons diferents models comparats i com aquests repercuteixen en l'operativa policial.

Docent: Cristina Manresa

Llicenciada en Història de l'Art per la UB, Diplomada en Criminologia per la UB, Postgrau en Direcció i Gestió de la Seguretat Pública. Va ingressar a la Policia de la Generalitat-Mossos d'Esquadra (PG-ME) l'any 1991, quarta promoció. La seva trajectòria professional passa per haver estat Cap de Torn a l'Àrea Bàsica Policial (ABP) de Sant Feliu de Guíxols, Cap de l'Oficina d'Atenció al Ciutadà a l'ABP Blanes, Sotscap de l'ABP Blanes, Cap de l'ABP Gràcia, i Cap de l'ABP Sants-Montjuïc. Actualment, és Cap de la Regió Policial Metropolitana Sud, lloc que ocupa des de l'any 2010. Membre del Comitè d'ètica de la Policia de Catalunya (2007-2010). Formadora de Deontologia Policial i del mòdul de seguretat ciutadana dels cursos de comandament a l'Institut de Seguretat Pública de Catalunya. Fou també membre de la comissió per a l'orientació de polítiques en matèria d'igualtat de gènere en el cos de PG-ME l'any 2005.

■ **Programa electoral, "temes" i pla de campanya**

23 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**

28 de febrer, 1 i 2 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 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.

Taller 3

■ **Direcció de campanyes**

7, 8 i 9 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.

■ **Tàctiques de persuasió i de campanya negativa**

15 i 16 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**

21, 22 i 23 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.

Política i imatge

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

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

■ **Political Branding**

5 i 6 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

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**

11 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 a l'Amèrica Llatina: un model mixt d'estratègies de mobilització**

12 i 13 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

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. Les seves línies d'interès es centren en els partits polítics; en la política subnacional, el disseny institucional i la reforma electoral; les eleccions, la comunicació política i estratègies de mobilització del vot, amb especial èmfasi en Amèrica Llatina. 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**

12, 13 i 14 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.

comunicació

COMUNICACIÓ

Organització de la comunicació

■ Actituds, contextos d'expressió i comunicació

26 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'analitzaran 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

27 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.

■ **Gabinets de comunicació**

3 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 Gabinets 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.

■ **Gabinets de comunicació**

4 de maig

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.

Discurs polític

■ **Premsa, partits i política**

10 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).

■ **Comentari polític**

11 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

Doctor en Història Contemporània per la UB. Professor d'Història Contemporània de la UAB des de 1977. Articulista setmanal al diari El País i col·laborador d'altres mitjans escrits i audiovisuals. Director del programa Segle XX, de Televisió de Catalunya.

■ **Construir un discurs**

17 i 18 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" (2011).

Taller 6

■ **Oratòria política**

23, 24 i 25 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 Fähndrich

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

■ Xarxes de comunicació multimèdia

30 de maig

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 y de l'ICPS.

■ Política i mitjans de comunicació

31 de maig i 1 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); Lecciones de Brawn GP. Las 10 claves empresariales para competir con éxito (2009); 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 7

■ Actuar en televisió

14 i 15 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: Periodistes de TV3 / Professors de la UAB

institucional

INSTITUCIONAL

Govern relacional

Taller 8

■ Estratègies de coalicions

12, 13 i 14 de setembre

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

Catedràtic de Ciència Política i de l'Administració de la UB. 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. Actualment és director del Departament de Dret Constitucional i Ciència Política de la UB. Ha publicat, entre d'altres títols, "Coaliciones Políticas y Gobernabilidad"(2001), "El control político de la Administración" (2001), i "El sistema polític de Catalunya" (1999).

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 i, des del curs 2009-10, Cap d'Estudis de Ciència Política de la Universitat de Barcelona. Ha publicat, entre d'altres títols, "La formación de gobiernos minoritarios en España, 1977-1996, ¿Merece la pena coaligarse?" (2001) i "Los gobiernos de coalición en los sistemas presidenciales de Latinoamérica: elementos para su estudio" (2008).

■ Direcció pública

19 de setembre

La modernització del govern local. Antecedents i dimensions del problema. El canvi de la forma de govern local i la funció directiva local als municipis de gran població: una experiència de modernització de l'administració local?

Docent: Rafael Jiménez Asensio

Doctor en Dret per la Universidad del País Vasco. Catedràtic de Dret Constitucional a ESADE-Universitat Ramon Llull. Anteriorment ha impartit Dret Constitucional a les Universitats del País Vasco, Pompeu Fabra i a l'Escuela Judicial (Consejo General del Poder Judicial). Ha estat lletrat del Servicio Jurídico del Gobierno Vasco, cap d'estudis de l'Instituto Vasco de Administración Pública i cap dels serveis jurídics de l'Ajuntament de Barcelona. Actualment és soci director d'Estudi Consultoria Sector Públic S.L.

■ **Govern relacional**

20 de setembre

Analitza les relacions entre els ciutadans i l'administració pública, les noves formes de prestació de serveis públics així com el pas entre la eficiència i la gestió compartida.

Docent: Miquel Salazar

Llicenciat en Dret per la Universitat de Barcelona i Màster en Funció Gerencial en Administracions Públiques per ESADE. Ha estat coordinador-gerent a l'Àrea de Règim Interior, Hisenda i Planificació de la Diputació de Barcelona. Membre del Consell d'Administració i de la Comissió Executiva de Caixa Catalunya (2000-2004). Membre de la Junta de Govern, del Consell Assessor i de la Comissió Executiva de l'Institut Català de Finances. Membre del Consell de Direcció i de la Comissió Executiva de l'Agència Catalana del Consum. President del Patronat de la fundació privada Institut d'Estudis Financers. Secretari general de Política Financera, Competència i Consum del departament d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya fins abril de 2009. Conseller delegat de l'Institut Català de Finances (ICF) de la Generalitat de Catalunya (2009-2011). Actualment, gerent de l'Organisme de Gestió Tributària (ORGT) de la Diputació de Barcelona.

■ **Competències per a desenvolupar un govern eficaç**

27 i 28 de setembre

Les eines necessàries per a que l'acció de govern i la interacció dels seus membres i polítiques sectorials tinguin un suport explícit i una xarxa de relacions que permetin governar amb èxit.

Docent: Manel Muntada Colell

Psicòleg per la Universitat de Barcelona i Neuropsicòleg per la Facultat de Medicina de la Universitat Autònoma de Barcelona, és expert en planificació estratègica, gestió del canvi, desenvolupament organitzatiu i direcció d'equips d'alt rendiment. A l'actualitat és director de [\[cumClavis\]](#).

Gestió de la comunicació en el govern

Taller 9

■ **Plans de comunicació local**

3, 4 i 5 d'octubre

Definir i fer pràctic l'instrument de planificació i gestió interna i externa.

Docent: Loreto Rubio

Doctora en Ciències de la Gestió per la URL-ESADE. Sòcia Directora del [Grup Sinergia Value](#), socialització i comunicació de polítiques, projectes i serveis publico-socials. Ha assumit càrrecs de direcció a diferents administracions i projectes nacionals i internacionals. Directora de màrqueting i comunicació de la candidatura de Donostia-San Sebastián 2016, Capital Europea de la Cultura. Autora del llibre "Comunicar para Compartir: un viaje hacia una mejor comunicación pública" (2011).

■ Procés de presa de decisions

10 d'octubre

El món polític de la presa de decisions segueix uns mecanismes formals. Les sessions tractaran dels procediments no formals de presa de decisions, en els quals es prenen les decisions: les pressions, les constriccions legislatives, els grups de pressió, els propis partits, les resistències de l'administració, etc. En resum, plantejar la realitat amb que es troben els actors polítics, a l'hora d'actuar efectivament com a govern, tant a escala municipal, autonòmica o central.

Docent: Jesús Maestro

Llicenciat en Ciències Polítiques i en Història per la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha estat analista de l'Institut de Ciències Polítiques i Socials, regidor de l'Ajuntament de Barcelona (1999-2003), vicepresident de la Diputació de Barcelona (1999-2003), secretari de Cooperació Exterior de la Generalitat de Catalunya (2004), Autor de diversos textos sobre ciència política, cultura política, partits polítics, política internacional i cooperació al desenvolupament. Ha estat coordinador general de la Cooperació espanyola a Algèria (2006-2008) i director del centre de formació de la Cooperació espanyola a Montevideo, Uruguai (2008-2011). Actualment, director de projectes i de la zona de l'Amèrica Llatina i de l'Àfrica subsahariana de la Fundació CIREM.

■ E-Government

11 d'octubre

Candidats i partits polítics es centren sempre en la comunicació que es realitza durant la campanya des del punt de vista electoral, existeix un auge en la participació i comunicació online, però poques són les iniciatives que gestionen adequadament la participació i la interacció online amb els votants. I molt pocs són els que realitzen veritables plantejaments sobre com comunicar i com gestionar l'administració pensant en la Xarxa i en la interactuació amb la societat. En aquesta sessió farem un repàs a les iniciatives sobre e-government i plantejarem com millorar aquelles iniciatives i crear una proposta de veritable govern electrònic que gestioni i comuniqui a la Xarxa.

Docent: Juan Víctor Izquierdo

Llicenciat en Publicitat i Relacions Públiques amb estudis en Administració i Direcció d'Empreses. És especialista en comunicació política a internet i a les xarxes socials. Ha participat en la direcció i creació de campanyes electorals locals, regionals i estatals, en la relació amb els mitjans així com en assessoria de candidats. És soci-fundador de [The Mamasú Agency](#), desenvolupant plans de comunicació integral i aplicacions per web i telefonia mòbil. És co-organitzador dels [Beers&Politics](#) i co-creador del [Archivo Electoral](#). És també co-creador i organitzador de [Promesas Electorales 2012](#).

Taller 8

■ **Marketing de confiança**

17, 18 i 19 d'octubre

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

Ha estat fundador de la revista Ajoblanco; assessor a l'Ajuntament de Barcelona col·laborant en la creació de la marca de la ciutat. És professor de branding polític a ESADE. Conferenciant al país i a Amèrica Llatina, especialment interessat en la creativitat al sector governamental i associatiu. Té publicats diversos llibres sobre aquests temes.

www.tonipuig.com

■ **El rol del Parlament de Catalunya**

24 d'octubre

Es tracta d'analitzar les diverses funcions jurídic-institucionals que realitza el Parlament de Catalunya atenent a criteris normatius, sociològics i politològics, en l'àrea geogràfica on tenen rellevància prevalent.

Docent: Ismael Pitarch

Doctor en Dret per la UPF. Lletrat Major del Parlament de Catalunya i professor de la Universitat Pompeu Fabra.

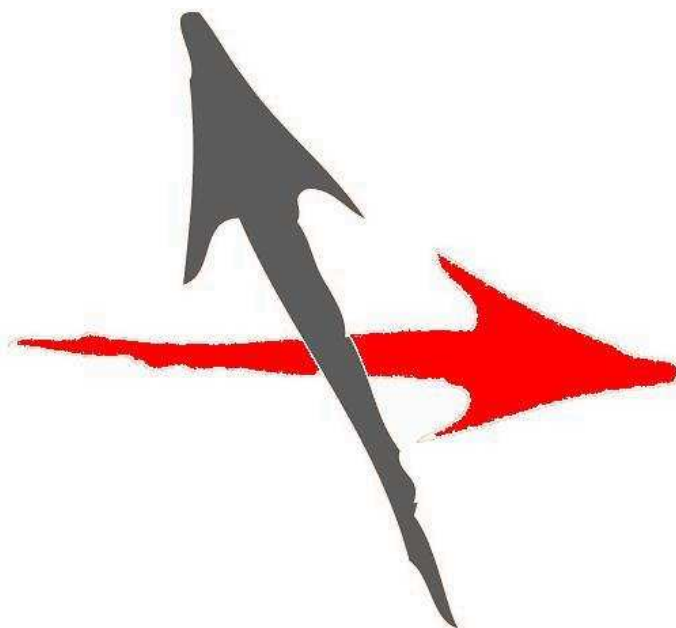
■ **La política com a projecte i com a gestió:
notes d'una experiència**

25 d'octubre

L'acció política democràtica ha d'arrancar d'un projecte d'intervenció sobre la realitat, ja sigui per a modificar-la o per a conservar-la. L'acció política sense projecte no arriba més enllà de l'agitació i del soroll. Però la política exigeix també capacitat de mobilitzar recursos i establir ritmes d'intervenció aptes per a transformar el projecte en una actuació efectiva. La comunicació social forma part d'aquests recursos y en certa manera els impregna. El resultat d'aquesta impregnació pot tenir conseqüències positives i negatives sobre la mateixa naturalesa de la democràcia.

Docent: Josep M. Vallès

Doctor en Dret. Catedràtic de Ciència Política de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Conseller de la Generalitat de Catalunya (2004-2007) i Rector de la UAB (1990-1994).



Institut de Ciències Polítiques i Socials

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