

Postgrau

Comunicació Política i Institucional

UAB

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)

POSTGRAU COMUNICACIÓ POLÍTICA I INSTITUCIONAL

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*.

Missió

El Postgrau 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 postgrau 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

En el 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 i 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

Aquest Postgrau 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

Del 22 de febrer al 25 d'octubre de 2013

Informació

Programa

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

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 a l'Amèrica Llatina: 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
 - Gabinet de comunicació I
 - Gabinet 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.

PCPI
2012/2013

companies

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 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.

PCPI 2012/2013

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 en 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 Caixa Catalunya, i membre de la Junta del CIDOB i del 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 a 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

PCPI 2012/2013

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 i 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**

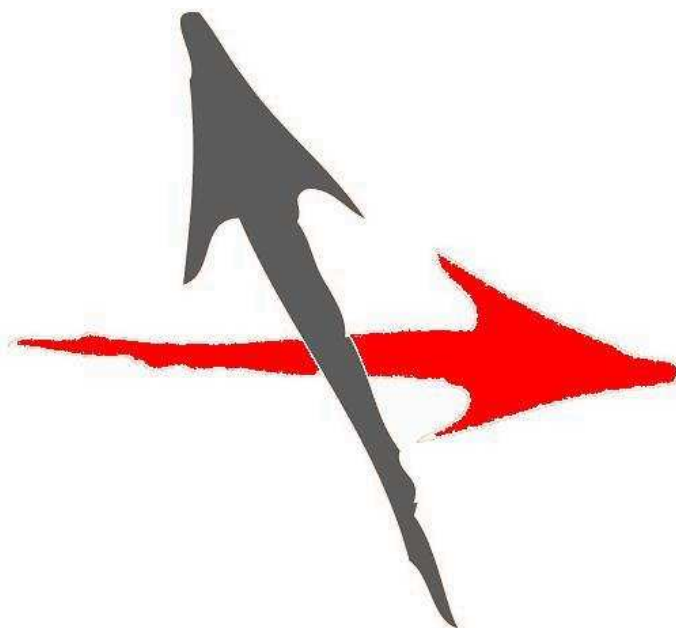
25 d'octubre

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).

PCPI
2012/2013



Institut de Ciències Polítiques i Socials

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