

MÁSTER EN MARKETING POLÍTICO

UAB

Universitat Autònoma de Barcelona

M

M

Estrategias y comunicación política

Curso 2012 - 2014

■ Novena edición

Curso bilingüe

Director
Gabriel Colomé

P

Coordinación y gestión:

ICPS

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

Programa interuniversitario



con la colaboración de

Diputació de Barcelona

Departament de Ciència Política i Dret Públic (UAB)

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació (UAB)

MÁSTER EN MARKETING POLÍTICO: ESTRATEGIAS Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

Director: Gabriel Colomé

Máster profesional interuniversitario de la Universitat Autònoma de Barcelona, con la Universidad de Granada y la Universidade de Santiago de Compostela

Misión

El Máster está destinado a formar a futuros profesionales de la consultoría y comunicación política, a partir de herramientas teóricas y prácticas. El objetivo es ofrecer una formación específica en marketing y comunicación política a licenciados en ciencias políticas, sociología, ciencias de la comunicación y ciencias sociales.

La misión del programa es conseguir que los profesionales formados en esta disciplina estén plenamente preparados para cubrir las necesidades que exige la práctica de la política, tanto a nivel personal como en formación política, que ve en la externalización de la Asesoría y Comunicación Política, hasta ahora gestionadas desde los centros políticos, el camino para la profesionalización de la función política.

Visión

En el Máster confluyen académicos de diversas Universidades y países; consultores de destacado renombre, y profesionales en ejercicio, tanto de todos los partidos políticos –que con sus distintas orientaciones ideológicas enriquecen el versátil campo de la política práctica y el análisis político- como de los profesionales institucionales que ponen todos sus conocimientos a disposición de quienes desean formarse para liderar o asesorar líderes.

Valores

El programa MMP pretende contribuir al desarrollo y consolidación de una cultura profesional de los responsables de asesoría y comunicación política, basada en su reconocimiento como herramienta para la estrategia y gestión de la práctica política. Como programa de la Universitat Autònoma de Barcelona, impulsa la investigación y profesionalización en el campo de la política activa, buscando la excelencia en este ámbito.

Calendario

Información

Programa

El programa se estructura en cinco grandes bloques temáticos, con un total de once secciones específicas:

Análisis

- **Estrategias políticas**
 - Lección inaugural sobre Política i Política
 - Introducción a la política española
 - Escenarios políticos
 - Análisis de escenarios electorales
 - Estrategias políticas
- **Encuestas**
 - Límites y virtualidades de las encuestas
 - Conocer a los ciudadanos
 - Análisis de encuestas Taller 1

Actores

- **Escenarios electorales**
 - Sesión de trabajo 1 PPC
 - Comportamiento electoral
 - Sesión de trabajo 2 ICV
 - Euskadi
 - Sesión de trabajo 3 ERC
 - Galicia
- **Actores en la política**
 - Sesión de trabajo 4 CiU
 - Actores, partidos y medios
 - Instituciones, actores y comunicación política
 - Sesión de trabajo 5 PSC
 - Sistema y derecho electoral: análisis del sistema político español y catalán
 - Líderes y liderazgos
 - Liderazgo
 - Sesión de trabajo 6 C's

Campañas

- **Campañas**

- Políticas de Seguridad. La seguridad en la práctica política
- Programa electoral, "temas" y plan de campaña
- Estrategia y comunicación Taller 2
- Dirección de campañas Taller 3
- Tácticas de persuasión y de campaña negativa
- Análisis de campañas Taller 4

- **Política e imagen**

- La imagen de los candidatos políticos como estrategia electoral
- Political Branding
- Diseño electoral
- Campañas en América Latina: un modelo mixto de estrategias de movilización
- Publicidad política: las imágenes de la política Taller 5

Comunicación

- **Organización de la comunicación**

- Actitudes, contextos de expresión y comunicación
- Comunicación de Crisis
- Gabinetes de comunicación I
- Gabinetes de comunicación II

- **Discurso político**

- Prensa, partidos y política
- Comentario político
- Construir un discurso
- Oratoria política Taller 6

- **Política y medios de comunicación**

- Redes de Comunicación multimedia
- Política y medios de comunicación
- Actuar en televisión Taller 7

Institucional

- **Gobierno relacional**

- Estrategias de coaliciones Taller 8
- Dirección pública
- Gobierno relacional
- Competencias para desarrollar un gobierno eficaz

- **Gestión de la comunicación en el gobierno**

- Planes de comunicación local Taller 9
- Proceso de toma de decisiones
- E-gobierno
- Marketing de confianza Taller 10
- El rol del Parlament de Catalunya
- La política como proyecto y como gestión: notas de una experiencia

El curso es bilingüe y se utilizará el idioma que el profesorado considere más conveniente para el normal desarrollo de las sesiones.
Los Módulos al principio de los cuales se incorporen alumnos extranjeros, se impartirán obligatoriamente en español.

análisis

ANÁLISIS

Estrategias políticas

■ Lección inaugural sobre Política

26 de octubre

Docente: Isidre Molas

Doctor en Derecho. Catedrático de Derecho Constitucional de la Universitat Autònoma de Barcelona. Miembro del Institut d'Estudis Catalans (IEC). Fue director del Institut de Ciències Polítiques i Socials (1989-2000), vicepresidente del Parlament de Catalunya (1980-1988), decano de la Facultat de Derecho de la UAB (1990-1993) y Senador y portavoz de la Entesa Catalana de Progrés (2000-2004). Vicepresidente primero del Senado de 2004 a 2011, y presidente del Partit dels Socialistes de Catalunya de 2008 a 2011. Algunas publicaciones: "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).

■ Introducción a la política española

27 de octubre

Análisis histórico-político desde la transición hasta la actualidad. Los contenidos se centran en los acontecimientos clave, que permiten comprender la evolución política española y las especificidades de los nacionalismos periféricos, con especial énfasis en Cataluña.

Docente: Verónica Fumanal

Licenciada en Ciencias Políticas (UAB). Máster en Marketing político (UAB) y Postgrado en Práctica de la Comunicación Política (UAB). Directora de [Politikom](#), agencia especializada en comunicación política. Docente en varios estudios relacionados con la comunicación política e institucional. Está especializada en el marketing político, el diseño del mensaje y la estrategia electoral. Ha dirigido distintas campañas electorales y gabinetes de comunicación a nivel municipal, autonómico y nacional para diferentes partidos políticos. Colaboradora habitual en varios medios de comunicación. Premiada por el Círculo de Mujeres de Negocios por su trayectoria como CEO de Politikom. Socia de la Asociación de Comunicación Política (ACOP) y socia fundadora de la Societat Catalana de Comunicació i Estratègies Polítiques (SCCIEP).

■ **Escenarios políticos**

9 y 10 de noviembre

La política es, más que nunca, política mundial y la correlación local-global una dimensión imprescindible para la comprensión de cualquier fenómeno político.

Docente: Jesús M. Rodés

Doctor en Ciencias Políticas. Profesor emérito de Ciencia Política de la Universitat Autònoma de Barcelona. Fundador y primer Decano del Col·legi de Politòlegs i Sociòlegs de Catalunya. Fue director general de la Escola de Policia de Catalunya, jefe de la misión de Naciones Unidas para la creación de la Policía Nacional Civil de El Salvador, Asesor de la Secretaría General de la ONU y miembro de su equipo negociador en la Mesa de Paz de El Salvador, jefe de la Área de Fortalecimiento del Poder Civil de la Misión de Verificación de las Naciones Unidas en Guatemala. Ha realizado misiones de Naciones Unidas en Rumanía, Somalia, Méjico, Argentina, Guinea Ecuatorial. Miembro del "Team Europe" de la Comisión de la Unión Europea.

■ **Análisis de escenarios electorales**

16 y 17 de noviembre

Análisis de los elementos (estructurales o coyunturales) que hay que tener en cuenta al plantear una estrategia política. Papel de los *cleavages* para ordenar y estructurar la competencia entre las opciones políticas.

Docente: Oriol Bartomeus

Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la Universitat Autònoma de Barcelona. Analista del Institut de Ciències Polítiques i Socials (1995-2001). Especialista en el 'análisis electoral a través de encuestas y de estudios de geografía electoral. Actualmente, Director del Gabinete de la Presidencia del Consorci de la Zona Franca de Barcelona. Ha publicado conjuntamente con Isidre Molas "Estructura de la competencia política a Catalunya" (1998), "Els espais de frontera entre els electorats" (1999) y "Estructura de la competencia política en España. 1986-2000" (2001). Y también, conjuntamente con Joan Marcet, "Las elecciones municipales de 2007 en Cataluña" (2008).

■ **Estrategias políticas**

23 y 24 de noviembre

Proporciona mecanismos para decidir cuáles son los objetivos de la comunicación de campaña. Ofrece herramientas a través de modelos para identificar argumentos y sugerencias eficaces para evitar la pérdida de recursos.

Docente: Carlos Escalante

Consultor en marketing político y gubernamental. Especialista en estudios de opinión y estrategias para campañas electorales tales como comunicación de gobierno y desarrollo de partidos políticos. Director General del [Centro Interamericano de Gerencia Política](#) en Miami, EUA. Asesor de instituciones, congresos, gobiernos locales, estatales, provinciales y de secretarías de Estado en el desarrollo de estrategias de comunicación y proyectos de impacto social. Con 15 años de experiencia en cuatro campañas presidenciales, ocho para gobernador, precampañas, diputaciones y alcaldías.

Encuestas

■ Límites y virtualidades de las encuestas

30 de noviembre

El complejo entramado de las sociedades actuales junto con los avances técnicos y teóricos en el análisis de los datos, han convertido las encuestas en la principal herramienta al alcance de los científicos sociales para determinar los cambios y continuidades que se producen en su entorno.

Docente: Jordi Capó

Doctor en Derecho. Catedrático de Ciencia Política y de la Administración de la Universitat de Barcelona. Ha sido vocal de la Junta Electoral Central y director del departamento de Ciencia Política y de la Administración de la Universitat de Barcelona. Autor, entre otros títulos, 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), además de artículos sobre elecciones, partidos y élites políticas como "Las encuestas electorales en la sociedad mediática".

■ Conocer a los ciudadanos

1 de diciembre

Técnicas y formas de saber las aspiraciones de la ciudadanía i su reacción frente las actitudes y las propuestas que las formaciones políticas plantean en una campaña política, electoral o no.

Docente: Àngels Pont

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales, especialidad Sociología y Política por la Universitat de Barcelona (1981-1986). Fue directora de VOXPUBLICA Catalunya. El 1988 dirigió el Departamento de Estudios de la Informació Cartogràfica i de Base ICB), y el 1996 el Departamento de Estudios y Evaluación del Ajuntament de Barcelona. Actualmente, es directora de [GESOP](#), Gabinet d'Estudis Socials i d'Opinió Pública.

Taller 3

■ Análisis de encuestas

13, 14 y 15 de diciembre

Las encuestas: de la teoría a la práctica. El objetivo de la clase es destacar la potencialidad de ésta herramienta, poniendo de relieve la importancia de la sistemática seguida durante el proceso de recogida de la información y las limitaciones que pueden derivar-se de la misma. Concretamente, el sesgo que puede producirse entre el universo de estudio y la muestra finalmente entrevistada.

Docente: Beatriz Elias Valverde

Responsable del Área de encuestas, estudios y trabajos del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat de Catalunya.

actores

ACTORES

Escenarios electorales

Sesión de trabajo 1

- **Sesión de trabajo** 10 de enero



Partit Popular de Catalunya, PPC

- **Comportamiento electoral** 11 y 12 de enero

Se examinan las lógicas que hay detrás de las decisiones de voto, para ver como se combinan factores individuales y mecanismos políticos.

Docente: Joan Botella

Doctor en Derecho. Catedrático de Ciencia Política de la Universitat Autònoma de Barcelona, y en la actualidad decano de la Facultat de Ciències Polítiques y Sociologia. Ha sido miembro del Consell de l'Audiovisual de Catalunya y asesor de OPINA, S.A. Es miembro del Consejo de Gobierno del ICPS. Ámbitos de especialización: comportamientos electorales, gobierno local, política comparada, políticas universitarias. Autor o coautor de once libros de la especialidad, de más de veinte contribuciones en obras colectivas y de una treintena de artículos en revistas profesionales.

Sesión de trabajo 2

- **Sesión de trabajo** 17 de enero



Iniciativa per Catalunya Verds, ICV

- **Euskadi** 18 y 19 de enero

Estudio de caso sobre Euskadi.

Docente: Francisco Llera

Doctor en Ciencia Política y Sociología. Catedrático de Ciencia Política y director del Departamento de Ciencia Política y de la Administración de la Universidad del País Vasco.

Sesión de trabajo 3

- **Sesión de trabajo** 24 de enero



Esquerra Republicana de Catalunya, ERC

- **Galicia** 25 y 26 de enero
Estudio de caso sobre Galicia.
Docente: José Manuel Rivera
Doctor en Filosofía. Profesor y Director del departamento de Ciencia Política y de la Administración en la Universidad de Santiago de Compostela. Fue secretario general de Análisis y Proyección de la Xunta de Galicia.

Actores en la política

- Sesión de trabajo 4
- **Sesión de trabajo** 31 de enero
 Convergència i Unió, CiU

- **Actores, partidos i medios** 1 i 2 de febrero
Estudio de caso sobre Andalucía.
Docente: Juan Montabes
Doctor en Derecho y catedrático de Ciencias Políticas i de la Administración, Universidad de Granada. Decano de la facultad de Ciencias Políticas y Sociología (2000-2003). Fue director del departamento de Ciencia Política y de la Administración, director de la Fundación Euro-árabe y miembro de la Junta Electoral de Andalucía. Presidente del Consejo del Audiovisual de Andalucía (2008-2010).

- **Instituciones, actores y comunicación política** 7 de febrero
Se analiza la relación de las Instituciones políticas básicas, especialmente el Parlamento y el Gobierno, con los principales actores políticos: partidos y sus grupos parlamentarios, electos de los distintos niveles de gobierno, grupos de presión y otros actores, así como la relación de éstos dos ámbitos de la vida política con los medios de comunicación. El análisis de la actividad interna de instituciones y actores en ésta relación con la comunicación política es el elemento determinante.
Docente: Joan Marcet
Doctor en Derecho per la UAB (1982). Certificat d'Études Politiques por el Institut d'Études de Paris (1976). Licenciado en Derecho por la UB (1973). Actualmente es director del Institut de Ciències Polítiques i Socials (ICPS) y profesor titular de Derecho Constitucional en la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Fue Diputado al Congreso de Diputados entre 1982 y 2004. Vicepresidente del Congreso de Diputados en las legislaturas 1989-1993 y 1996-2000. Portavoz del Grupo Parlamentario Socialista al Congreso para diferentes Comisiones. Durante años combinó la dedicación política con la actividad investigadora en el campo de los partidos políticos, del análisis electoral, y más recientemente, en el análisis del Parlamento y del Derecho parlamentario. Autor de distintas publicaciones sobre Derecho Constitucional y Ciencia Política.

Sesión de trabajo 5

■ **Sesión de trabajo**

8 de febrero

 Partit dels Socialistes de Catalunya, PSC

■ **Sistema y derecho electoral:
análisis del sistema político español y catalán**

9 de febrero

Análisis del derecho electoral vigente, los factores ideológicos y sociales que influyen en el comportamiento electoral, los sistemas de partidos que resultan del mismo, y el análisis de los factores que facilitan o dificultan su estabilidad.

Docente: Montserrat Baras

Doctora en Derecho. Profesora titular de Ciencia Política en la Universitat Autònoma de Barcelona. Fue directora del departamento de Ciencia Política y Derecho Público de la Universitat Autònoma de Barcelona. Especializada en política española, análisis de partidos políticos y elecciones. Coordinadora del [Grup de Recerca sobre Èlites y Partidos políticos](#) (GREP). Obras más significativas: "Acció Catalana (1922-1936)" Curial, 1984 y "El sistema electoral" Tecnos, 1996.

■ **Líderes y liderazgos**

14 i 15 de febrero

El nuevo liderazgo social i político acentúa la responsabilidad, el valor del pensamiento estratégico, la generación de consenso en el entorno de propuestas de gobierno, saber anticiparse a los problemas, acción política integral y dinamización de la creatividad social.

Docente: Jordi López Camps

Doctor en Biología por la Universitat de Barcelona y diplomado por ESADE en Función Gerencial de la Administración Pública. Ha desarrollado varias actividades directivas en la Administración Local y en los procesos de mejora de la calidad de los servicios públicos, y responsable del Servicio de Formación Local de la Diputació de Barcelona. Ex-director general de Asuntos Religiosos de la Generalitat de Catalunya. Presidente de la Comisión Ejecutiva del Patronat de la Muntanya de Montserrat (2007-2011). En la actualidad, desde febrero de 2012 es Gerente de servicios de Cultura de la Diputació de Barcelona.

■ **Liderazgo**

16 de febrero

Estudio de los principales elementos de formación y consolidación de un liderazgo político, desde la elaboración de la estrategia comunicativa hasta la redacción del discurso, y análisis de las prácticas de los distintos agentes que intervienen en la Comunicación Política.

Docente: Juan Milián

Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración (UPF) y máster en dirección Financiera y Contable de la Empresa (IDEC). Actualmente, diputado en el Parlament de Catalunya por el Grupo Parlamentario del Partit Popular y portavoz de este grupo en la comisión de Acción Exterior y Unión Europea. Miembro del Consejo Rector del Centre d'Estudis d'Opinió. Miembro fundador de la Asociación de Comunicación y Estrategia Política (ACEP), y de la Societat Catalana de Comunicació i Estratègia Polítiques (SCCIEP). Autor de los libros "Es la hora David Cameron" LID Editorial (2010), y "Los nuevos liderazgos políticos", Ed. Universitat Oberta de Catalunya (2010).

Sesión de trabajo 6

■ **Sesión de trabajo**

21 de febrero

 Ciudadans, C's

campañas

CAMPAÑAS

Campañas

■ Políticas de Seguridad:

La seguridad en la práctica política

22 de febrero

Análisis de las políticas de seguridad y su ámbito de aplicación en las estrategias de seguridad pública. Experiencias en la gestión y la prevención de la seguridad ciudadana según diferentes modelos comparados y como éstos repercuten en la operativa policial.

Docente: Cristina Manresa

Licenciada en Historia del Arte por la UB, Diplomada en Criminología por la UB, Postgrado en Dirección y Gestión de la Seguridad Pública. Ingresó en la Policía de la Generalitat-Mossos d'Esquadra (PG-ME) el año 1991, cuarta promoción. Su trayectoria profesional pasa por haber sido Jefe de Turno en el Àrea Bàsica Policial (ABP) de Sant Feliu de Guíxols, Jefe de la Oficina d'Atenció al Ciutadà en el ABP Blanes, Subjefe del ABP Blanes, Jefe del ABP Gràcia, y Jefe del ABP Sants-Montjuïc. Actualmente, es Jefe de la Región Policial Metropolitana Sud, cargo que ocupa des del año 2010. Miembro del Comité de ética de la Policía de Catalunya (2007-2010). Formadora de Deontología Policial y del módulo de seguridad ciudadana de los cursos de comandancia en el Institut de Seguretat Pública de Catalunya. Fue también miembro de la comisión para la orientación de políticas en materia de igualdad de género en el cuerpo de PG-ME el año 2005.

■ Programa electoral, "temas" y plan de campaña

23 de febrero

Definir los objetivos estratégicos electorales, planificar de forma detallada la campaña antes de su inicio, ofrecer un modelo de planificación de campaña electoral. Adecuada selección de temas *issues* para centrar el discurso político.

Docente: Antoni Fernández

Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología y en Geografía e Historia. Profesor asociado de Ciencia Política y de la Administración en la Universitat de Barcelona. Director de Comunicación de la Diputació de Barcelona hasta 2004. Fue miembro de la Comisión Electoral del PSC y ha participado en la organización de varias campañas municipales, autonómicas y generales. Secretario general del departamento de Trabajo de la Generalitat de Catalunya (2006-2010). Hasta 2012, Secretario ejecutivo del Área de Promoción Económica del Ajuntament de Barcelona.

Taller 2

■ **Estrategia y comunicación**

28 de febrero, 1 y 2 de marzo

Docente: Xavier Roig

Periodista y licenciada en Derecho, director del Gabinete del Alcalde de Barcelona (1983-1996) después de haber ejercido profesionalmente el periodismo en varios medios de Barcelona y de un período de trabajo como traductor en instituciones del sistema de Naciones Unidas en Ginebra. Fue director de las campañas de Pasqual Maragall en las elecciones al Parlament de Catalunya de 1999; de Joan Laporta a la presidencia del Fútbol Club Barcelona (2003); de Albert Pintat a la dirección del Gobierno de Andorra (2005), entre otras. Colabora como a consultor en comunicación estratégica con varias instituciones públicas y privadas.

Taller 3

■ **Dirección de campañas**

7, 8 y 9 de marzo

Técnicas y prácticas de como se dirige una campaña. Los planteamientos iniciales y como pueden cambiar a causa de acontecimientos externos, de la actitud de los contrincantes y/o de los resultados de los sondeos, cuantitativos y cualitativos. Necesidad de liderar la dirección por encima, a menudo, de voluntades de los actores políticos.

Docente: Pere Oriol Costa

Doctor en Ciencias de la Información por la UAB. Catedrático de Comunicación y coordinador de Tercer Ciclo del departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona.

■ **Tácticas de persuasión y de campaña negativa**

15 y 16 de marzo

El papel de las emociones y la información política en la activación de los mecanismos de persuasión. Principales tácticas de la comunicación persuasiva. Tácticas para la construcción de una estrategia centrada en la campaña negativa.

Docentes: Virginia García Beaudoux y Orlando D'Adamo

Doctores en Psicología. Directores del Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano. Directores de [COMMUNICATIO](#), consultora de comunicación estratégica. Profesores en la Universidad de Buenos Aires, y en la Universidad de Belgrano, Argentina. Dictan cursos de Comunicación Política en los postgrados de la Universidad de Salamanca; el Instituto Universitario Ortega y Gasset en Madrid; y en el Máster en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política (MAICOP) de la Universidad Pontificia de Salamanca. Autores de varios libros y publicaciones en comunicación política. Además, recientemente Virginia G. Beaudoux ha sido incorporada como Investigadora Científica en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

Taller 4

■ **Análisis de campañas**

21, 22 y 23 de marzo

Se trata de analizar las campañas electorales desde distintas perspectivas: política, técnica y científica. Las clases tendrán una estructura teórica en la primera parte y más práctica en la segunda, estimulando la participación activa de los estudiantes.

Docente: Gabriel Colomé

Licenciado en Ciencias de la Información (UAB, 1981). Doctor en Ciencia Política (UAB, 1988). Profesor de Ciencia Política en la UAB. Director del Máster en Marketing Político de la UAB. Invitado por el Departamento de Estado para seguir la campaña presidencial norte-americana de 1988. Asistencia al Seminario de la revista Campaigns & Elections en Washington DC, (1996) y (2002). Asistencia al seminario de análisis postelectoral Presidenciales organizado por la Asociación Internacional de Consultores Políticos en Washington DC (2000). International Visiting Program del Departamento de Estado para seguir las campañas primarias americanas de 2000 y 2008. Director del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat de Catalunya (2007-2011). Actualmente, regidor del Ajuntament de Barcelona.

Política e imagen

■ **La imagen de los candidatos políticos como estrategia electoral**

4 de abril

La imagen juega hoy en día un papel estratégico en el desarrollo y éxito profesional de individuos y organizaciones en el mundo de la política y de los negocios. En la política moderna se prima la forma sin descuidar el fondo. El discurso importa, la imagen se impone.

Docente: M. Àngels Llimargas

Asesora de imagen. Gerente de la empresa [LLIMARGAS](#), especializada en las áreas de formación del personal de las empresas e instituciones relativas a imagen y comunicación personal.

■ **Political Branding**

5 y 6 de abril

El Valor de Marca como factor determinante en el éxito de la estrategia publicitaria. Construyendo el Valor de Marca a través de los medios Tradicionales (ATL) y no Tradicionales (BTL).

Docente: Jorge D. Gerez

Licenciado en Publicidad. Máster en Marketing Político (UAB) con mención de honor, y Postgrado en Comunicación Estratégica de Marca (UAB). Consultor especializado en Branding Político e Institucional. Director Ejecutivo de [Quintella Gerez Branding Ltd.](#) Socio Fundador y Director de Publicidad e Imagen Institucional de la Asociación Argentina de Marketing Político (AAMP). Miembro de la American Association of Political Consultants (AAPC) y de la International Association of Political Consultants (IAPC). Electo Rising Star 2011, por Campaigns & Elections, USA. Ganador de dos Pollie Awards por la AAPC, y de un Reed Award por Campaigns & Elections. Autor del libro "Estrategias de comunicación política comparadas", Ed. EAE. 2012.

■ **Diseño electoral**

11 de abril

El diseño como herramienta de comunicación. Ecosistemas visuales. Arte, diseño y publicidad. Imagen corporativa e imagen de partido. Las campañas políticas: análisis de los elementos gráficos.

Docente: Vicenç Viaplana

Diseñador desde 1978, ha desarrollado numerosos programas gráficos y cambios de imagen para empresas e instituciones, entre las cuales destacamos: New Art Barcelona, El Bulli, Museu Marítim de Barcelona, Centro Insular de Cultura de Las Palmas de Gran Canaria, Superser, Agni, Cecaute. Entre 1981 y 1985 diseña los cambios de imagen y nuevos símbolos de: Compañía Telefónica Nacional de España y Agencia Efe entre muchos otros. Miembro de la Fundació Signes y de la Comisión de expertos de la Designpedia. Habitualmente expone su obra artística en la Galeria Carles Taché.

■ **Campañas en América Latina: un modelo mixto
De estrategias de movilización**

12 y 13 de abril

Campañas electorales en América Latina. Estrategias de campañas mediáticas vs. estrategias de campañas clientelares: un modelo mixto y complementario. Análisis de los elementos específicos que configuran la transformación que han experimentado las campañas en América Latina, mostrando la manera en que las campañas mediáticas de estilo cada vez más "profesionalizado o americanizado" conviven con otras estrategias de corte clientelar. El papel de las organizaciones informales sobre el éxito electoral. Clientelismo y patronato como formas de relación social y movilización electoral. Máquinas políticas. Diferencias entre compra de voto y clientelismo. El clientelismo como una manera de resolver los problemas cotidianos y ¿como una estrategia electoral?

Docente: Flavia Freidenberg

Investigadora del Instituto de Iberoamérica de la USAL. Profesora del Area de Ciencia Política y de la Administración de la misma universidad. Directora académica del Programa de Máster y Doctorado en Estudios Latinoamericanos de la USAL. Directora de América Latina Hoy, Revista en Ciencias Sociales, que edita la USAL. Ha impartido docencia y desarrollado estancias de investigación en distintas instituciones académicas de España, América Latina, Estados Unidos y Europa. Sus líneas de interés se centran en los partidos políticos; en la política sub-nacional, el diseño institucional y la reforma electoral; las elecciones, la comunicación política y estrategias de movilización del voto, con especial énfasis en América Latina. Es miembro de varias asociaciones de Ciencia Política y de Estudios Latinoamericanos; miembro de la Comisión Ejecutiva de la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP) desde 2008 a 2014, columnista de Infolatam.com desde 2006 y miembro de la Junta Directiva de la Asociación Española de Ciencia Política desde octubre de 2009.

Taller 5

■ **Publicidad política: las imágenes de la política** 12, 13 y 14 de abril

Elementos específicos que configuran la publicidad política. Ejemplos prácticos extraídos de campañas electorales en Catalunya, España y los Estados Unidos. Análisis de la transformación de los planteamientos formales y de los contenidos de las imágenes de la política.

Docente: Enric Casas

Titulado por ESADE en Alta Dirección de Empresas (ADE 1995) fue responsable de la creación y evolución de la imagen municipal e impulsor de todas las campañas desde "Barcelona més que mai" hasta "Visca Barcelona". Miembro del PSC (PSC-PSOE) desde su fundación. Como responsable de la publicidad electoral del PSC ha coordinado varias campañas municipales, autonómicas y generales. Profesor asociado de la Universitat Autònoma de Barcelona de la asignatura de Comunicació y Opinió Pública. Director de Comunicació Corporativa y Calidad del Ajuntament de Barcelona (1996-2010). En ésta dirección se implanta la estrategia global de las distintas actuaciones de comunicació, promoció, imagen, identidad corporativa e investigación de mercados para el conjunto del Ayuntamiento. Director de la Alcaldía del Ajuntament de Barcelona (2010-2011) Actualmente, Jefe de Gabinete de la Alcaldía de Viladecans.

comunicación

COMUNICACIÓN

Organización de la comunicación

■ Actitudes, contextos de expresión y comunicación

26 de abril

Desde la perspectiva de la psicología social se pretende tratar la estabilidad de las actitudes (actitudes cristal/actitudes líquidas) dando especial énfasis al papel del posicionamiento contextual del interlocutor. Por eso, en primer lugar se estudiarán los contextos de expresión y sus implicaciones discursivas, tanto en situaciones interpersonales como en colectivas, y sus efectos en las encuestas. En segundo lugar se analizarán los sesgos perceptivos en la comunicación i su influencia específica en la comunicación política.

Docente: Francisco Elejabarrieta

Doctor en Psicología Social por la UAB. Profesor titular de Psicología Social en la Universitat Autònoma de Barcelona

■ Comunicación de Crisis

27 de abril

Ninguna organización está libre de sufrir contratiempos que, mal gestionados, deriven en una crisis comunicativa y de imagen. No obstante, una buena previsión puede conseguir que nuestra institución salga lo menos dañada en un contexto desfavorable. El taller abordará de manera muy dinámica y práctica la gestión de la comunicación en situaciones de crisis: quién debe hablar, de qué manera, a quién, qué debe decir, cómo debe fluir la información interna y externamente... Los alumnos aprenderán las características de un buen portavoz, así como las claves para dar soluciones rápidas a problemas inesperados.

Docentes: Sandra Bravo y David Espinós

Socios fundadores de [BraveSpinDoctors](#), asesoría de comunicación estratégica y marketing político. Sandra Bravo es periodista y master en marketing político. Tiene experiencia en diversas campañas electorales. Ha trabajado durante cuatro años en la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en el gabinete de presidencia y como experta en relaciones internacionales. David Espinós es licenciado en humanidades, postgrado en análisis y comunicación política y master en periodismo. Ha trabajado en diferentes campañas electorales y como técnico de comunicación en el gabinete de Magdalena Álvarez, ex Ministra de Fomento. Entre 2006 y 2010 fue jefe de prensa en el Departamento de la Presidencia y en el de Política Territorial y Obras Públicas de la Generalitat de Catalunya.

■ **Gabinetes de comunicación**

3 de mayo

La transmisión de las opiniones y de las propuestas en una campaña, bien desde la acción de gobierno o desde la oposición, necesita una profesionalización que pasa por la creación de un buen gabinete comunicativo y una excelente relación con los medios, así como por una clara estrategia.

Docente: Margot Pascual

Licenciada en Ciencias de la Información y Máster en Ciencia Política por la Universitat Autònoma de Barcelona. Especializada en la dirección de Gabinetes de Comunicación, tanto en el mundo de la Administración como de la empresa. Fue Jefe de prensa del grupo Entesa Catalana de Progrés en el Senado español y responsable del Gabinete de Comunicación del departamento de Sanidad de la Generalitat de Catalunya.

■ **Gabinetes de comunicación**

4 de mayo

Análisis del proceso de transición de un modelo basado en tareas de información propias de un Gabinete de Prensa, hacia actividades propias de la Dirección de Comunicación.

Docente: Lluís Garriga

Periodista. Director adjunto del Grup Lavinia. Jefe de prensa del Ajuntament de Barcelona (1999-2004). Ha trabajado en Televisión Española de Cataluña con distintas responsabilidades. Fue responsable de los informativos del Canal Olímpico durante los Juegos de Barcelona '92 y ha trabajado también en el Diari de Barcelona como redactor jefe.

Discurso político

■ **Prensa, partidos y política**

10 de mayo

Análisis de las relaciones que se establecen entre los distintos actores que forman parte de la política.

Docente: Francesc-Marc Àlvaro

Licenciado en Ciencias de la Información por la Universitat Autònoma de Barcelona. Escribe en La Vanguardia y colabora con Catalunya-Ràdio, Ràdio Barcelona y Ràdio 4. Es profesor de periodismo político en la Facultat de Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull. Es Premio Nacional de Periodismo. Ha escrito varios libros, entre los cuales "Ara sí que toca! Jordi Pujol, el pujolisme i els successors" (2003).

■ **Comentario político**

11 de mayo

Las distintas formas que el comentario político toma en los medios audiovisuales y en los medios escritos. Hace falta una opinión documentada, construir la opinión sobre algunos elementos objetivos que enriquezcan al lector y aporten credibilidad a los puntos de vista del articulista.

Docente: Joan B. Culla

Doctor en Historia Contemporánea por la UB. Profesor de Historia Contemporánea de la UAB desde 1977. Articulista semanal en el diario El País y colaborador de otros medios escritos y audiovisuales. Director del programa Segle XX, de Televisió de Catalunya.

■ **Construir un discurso**

17 y 18 de mayo

Discurso y relato. Modelos de referencia y detección de contenidos. El carácter tridimensional del mensaje y los ejes y mapas de confrontación política en la postmodernidad. Ejemplos y supuestos prácticos de elaboración. La estructura mediática del discurso. Argumentario i rasgos formales. Construcción de textos.

Docente: Carles Castro

Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universitat Autònoma de Barcelona. Profesor de Periodismo en la Universitat Pompeu Fabra y hasta 1993 en la Universitat Autònoma de Barcelona. Redactor de información política y análisis electoral de La Vanguardia. Autor de "Relato electoral de España. Las claves de la alternancia en el poder durante tres décadas" (2008) y de "Retrato electoral de Catalunya. Claves para comprender tres décadas de elecciones catalanas" (2011).

Taller 6

■ **Oratoria política**

23, 24 y 25 de mayo

Para ser eficaz, el discurso tiene que ser emocionante. La Retórica es la técnica que permite llegar a emocionar al auditorio. Como argumentar, como decir el discurso para producir emociones concretas en auditorios concretos.

Docente: Xavier Fähndrich

Periodista y Politólogo. Profesor y Coach de Oratoria Política. Coordinador Técnico del Área de Promoción de la Ciudad del Ajuntament de Valls. Socio y fundador del equipo de consultoría estratégica [Mintsmind SL](#): Profesor asociado de la UAB en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología.

Política i medios de comunicación

■ Redes de comunicación multimedia

30 de mayo

La transmisión de las opiniones y de las propuestas en una campaña, necesita una profesionalización que pasa por la creación de un buen gabinete comunicativo y una excelente relación con los medios.

Docente: Josep Maria Carbonell

Doctor en comunicación por la URL. Licenciado en Filosofía por la UAB. Actualmente es Decano de la Facultad de Comunicación Blanquerna de la URL. Profesor de ciencia política en la Facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna desde 1996. "Academic Visitor" en el Centro de Estudios Sociales y Legales de la Universidad de Oxford (2010). Ha sido Presidente del CAC (2005-2009). Miembro de la Fundació Joan Maragall, y Presidente del Consejo Editorial de CatalunyaReligió.Cat. Ha sido jefe del Gabinete de Presidencia de la Diputació de Barcelona (1986-1995), diputado del Parlament de Catalunya (1995-2005), miembro del Consejo de Administración de Caixa Catalunya, y miembro de la Junta del CIDOB y del ICPS.

■ Política y medios de comunicación

31 de mayo y 1 de junio

No es suficiente implementar buenas políticas sino que, además, es necesario que estas medidas se publiciten ante la opinión pública para obtener el resultado deseado. Por lo tanto, es esencial que los políticos se comuniquen con todos los sectores y que conozcan las herramientas que faciliten ésta comunicación.

Docente: Antoni Gutiérrez-Rubí

Asesor de comunicación y consultor político. Miembro de las principales asociaciones profesionales como 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 la Associació Catalana de Comunicació i Estratègia Polítiques (ACCEP). Es profesor de los másters de comunicación de varias universidades como la Universidad de Navarra, la Carlos III, la Pontificia de Salamanca, la UAB o el Instituto Universitario de Investigación Ortega i Gasset, entre otras. Publica habitualmente en los diarios El Periódico de Catalunya, El País, Expansión o Cinco Días. I es autor de varios libros: 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), junto a 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 televisión

14 y 15 de junio

El medio que llega a un mayor número de ciudadanos, como utilizarlo, su influencia real, los distintos canales. Como utilizar-los para difundir los mensajes que se quiere por parte de los actores políticos.

Docentes: Periodistas de TV3 / Profesores de la UAB

institucional

INSTITUCIONAL

Gobierno relacional

Taller 8

■ Estrategias de coaliciones

12, 13 y 14 de septiembre

Análisis del proceso de formación de gobiernos de coalición. El rol y el comportamiento de los equipos negociadores en la creación de coaliciones gubernamentales en una situación parlamentaria minoritaria. Constitución del gobierno resultante y presentación del acuerdo coalicional y de la distribución de parcelas de poder político.

Docentes:

Jordi Matas

Catedrático de Ciencia Política y de la Administración de la UB. Licenciado en Derecho por la UB y en Ciencias Políticas y Sociología por la UAB. Doctor en Ciencias Políticas y de la Administración por la UB. Fue secretario general (2002-2004) y vicerrector (2001-2008) de la Universitat de Barcelona. Actualmente es director del Departamento de Derecho Constitucional y Ciencia Política de la UB. Ha publicado, entre otros títulos, "Coaliciones Políticas y Gobernabilidad" (2001), "El control político de la Administración" (2001) y "El sistema polític de Catalunya" (1999).

Josep Maria Reniu

Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la UCM. Postgrado en Derecho Constitucional y Ciencia Política por el Centro de Estudios Constitucionales de Madrid. Doctor en Ciencias Políticas y de la Administración por la UB. Profesor titular de Ciencia Política y de la Administración y, desde el curso 2009-10, Jefe de Estudios de Ciencia Política de la Universitat de Barcelona. Ha publicado, entre otros títulos, "La formación de gobiernos minoritarios en España, 1977-1996, ¿Merece la pena coaligarse?" (2001) y "Los gobiernos de coalición en los sistemas presidenciales de Latinoamérica: elementos para su estudio" (2008).

■ Dirección pública

19 de septiembre

La modernización del gobierno local. Antecedentes y dimensiones del problema. El cambio de la forma de gobierno local y la función directiva local en los municipios de gran población: ¿una experiencia de modernización de la administración local?

Docente: Rafael Jiménez Asensio

Doctor en Derecho por la Universidad del País Vasco. Catedrático de Derecho Constitucional en ESADE-Universitat Ramon Llull. Anteriormente impartió Derecho Constitucional en las Universidades del País Vasco, Pompeu Fabra y en la Escuela Judicial (Consejo General del Poder Judicial). Fue letrado del Servicio Jurídico del Gobierno Vasco, jefe de estudios del Instituto Vasco de Administración Pública y jefe de los servicios jurídicos del Ajuntament de Barcelona. Actualmente es socio director de Estudi Consultoria Sector Públic S.L.

■ **Gobierno relacional**

20 de septiembre

Analiza las relaciones entre los ciudadanos y la administración pública, las nuevas formas de prestación de servicios públicos así como el paso entre la eficiencia y la gestión compartida.

Docente: Miquel Salazar

Licenciado en Derecho por la Universitat de Barcelona y Máster en Función Gerencial en Administraciones Públicas por ESADE. Fue coordinador-gerente en el Área de Régimen Interior, Hacienda y Planificación de la Diputació de Barcelona. Miembro del Consejo de Administración y de la Comisión Ejecutiva de Caixa Catalunya (2000-2004). Miembro de la Junta de Gobierno, del Consejo Asesor y de la Comisión Ejecutiva del Institut Català de Finances. Miembro del Consejo de Dirección y de la Comisión Ejecutiva de la Agència Catalana del Consum. Presidente del Patronato de la fundación privada Institut d'Estudis Financers. Secretario general de Política Financiera, Competencia y Consumo del departamento de Economía y Finanzas de la Generalitat de Catalunya hasta abril de 2009. Consejero delegado del Institut Català de Finances (ICF) de la Generalitat de Catalunya (2009-2011). Actualmente, gerente del Organisme de Gestió Tributària (ORGT) de la Diputació de Barcelona.

■ **Competencias para desarrollar un gobierno eficaz** 27 y 28 de septiembre

Las herramientas necesarias para que la acción de gobierno y la interacción de sus miembros y políticas sectoriales tengan un soporte explícito y una red de relaciones que permitan gobernar con éxito.

Docente: Manel Muntada Colell

Psicólogo por la Universitat de Barcelona y Neuropsicólogo por la Facultad de Medicina de la Universitat Autònoma de Barcelona, es experto en planificación estratégica, gestión del cambio, desarrollo organizativo y dirección de equipos de alto rendimiento. En la actualidad es director de [\[cumClavis\]](#).

Gestión de la comunicación en el gobierno

Taller 9

■ **Planes de comunicación local**

3, 4 y 5 de octubre

Definir y hacer práctico el instrumento de planificación y gestión interna y externa.

Docente: Loreto Rubio

Doctora en Ciencias de la Gestión por la URL-ESADE. Socia Directora del [Grupo Sinergia Value](#), socialización y comunicación de políticas, proyectos y servicios publico-sociales. Ha asumido cargos de dirección en distintas administraciones y proyectos nacionales e internacionales. Directora de marketing y comunicación de la candidatura de Donostia-San Sebastián 2016, Capital Europea de la Cultura. Autora del libro "Comunicar para Compartir: un viaje hacia una mejor comunicación pública" (2011).

■ **Proceso de toma de decisiones**

10 de octubre

El mundo político de la toma de decisiones sigue unos mecanismos formales. La sesión tratará de los procedimientos no formales de toma de decisiones, en los cuales se toman las decisiones: las presiones, las constricciones legislativas, los grupos de presión, los propios partidos, las resistencias de la administración, etc. En resumen, plantear la realidad con que se encuentran los actores políticos, a la hora de actuar efectivamente como gobierno, tanto a escala municipal, autonómica o central.

Docente: Jesús Maestro

Licenciado en Ciencias Políticas y en Historia por la Universitat Autònoma de Barcelona. Fue analista del Institut de Ciències Polítiques i Socials, regidor del Ajuntament de Barcelona (1999-2003), vicepresidente de la Diputació de Barcelona (1999-20003), secretario de Cooperación Exterior de la Generalitat de Catalunya (2004), Autor de varios textos sobre ciencia política, cultura política, partidos políticos, política internacional y cooperación al desarrollo. Fue coordinador general de la Cooperación española en Argelia (2006-2008) y director del centro de formación de la Cooperación española en Montevideo, Uruguay (2008-2011). Actualmente, director de proyectos y de la zona de América Latina y del África subsahariana de la Fundació CIREM.

■ **E-Government**

11 de octubre

Candidatos y partidos políticos se centran siempre en la comunicación que se realiza durante la campaña desde el punto de vista electoral, existe un auge en la participación y comunicación online, pero pocas son las iniciativas que gestionen adecuadamente la participación y la interacción online con los votantes. Y muy pocos son los que realizan verdaderos planteamientos sobre cómo comunicar y cómo gestionar la administración pensando en la Red y en la interacción con la sociedad. En esta sesión haremos un repaso a las iniciativas sobre e-government y plantearemos cómo mejorar esas iniciativas y crear una propuesta de verdadero gobierno electrónico que gestione y comunique en la Red.

Docente: Juan Víctor Izquierdo

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas con estudios en Administración y Dirección de Empresas. Es especialista en comunicación política en internet y en las redes sociales. Ha participado en la dirección y creación de campañas electorales locales, regionales y estatales, en la relación con los medios así como en asesoría de candidatos. Es socio-fundador de [The Mamasú Agency](#), desarrollando planes de comunicación integral y aplicaciones para web y telefonía móvil. Es coorganizador de los [Beers&Politics](#) y cocreador del [Archivo Electoral](#). Es también cocreador y organizador de [Promesas Electorales 2012](#).

Taller 8

■ **Marketing de confianza**

17, 18 y 19 de octubre

No es posible la ciudad o un país sin la confianza mutua entre equipo de gobierno/administración pública y ciudadanos/organizaciones cívicas. ¿Desde dónde se crea, potencia y sostiene ésta confianza? ¿A través de qué y de quién? El marketing de confianza es una forma de pensar y gestionar el nuevo reto de las administraciones públicas para ciudadanizarlas.

Docente: Toni Puig

Fue fundador de la revista Ajoblanco i asesor en el Ajuntament de Barcelona colaborando en la creación de la marca de la ciudad. Es profesor de branding político en ESADE. Conferenciante en el país y en Latinoamérica, especialmente interesado en la creatividad en el sector gubernamental y asociativo. Tiene publicados varios libros sobre estos temas.

www.tonipuig.com

■ **El rol del Parlament de Catalunya**

24 de octubre

Se trata de analizar las distintas funciones jurídico-institucionales que realiza el Parlament de Catalunya atendiendo a criterios normativos, sociológicos y politológicos, en el área geográfica donde tienen relevancia prevalente.

Docente: Ismael Pitarch

Doctor en Derecho por la UPF. Letrado Mayor del Parlament de Catalunya y profesor de la Universitat Pompeu Fabra.

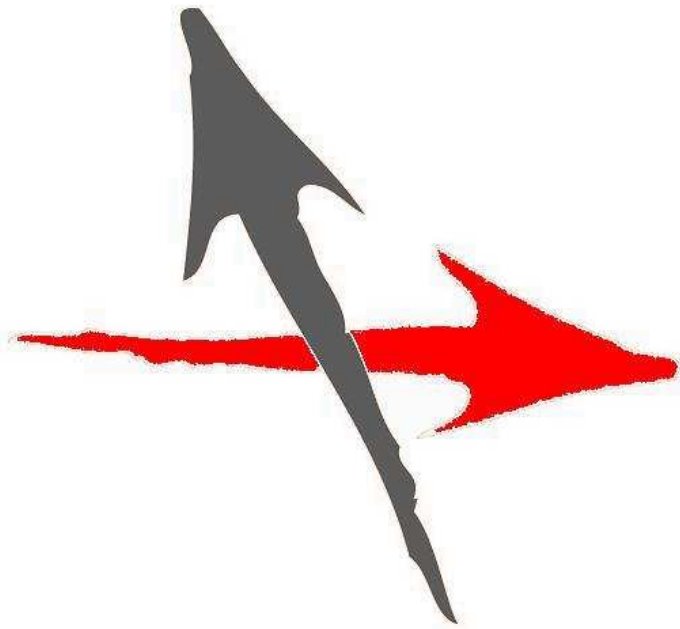
■ **La política como proyecto y como gestión:
notas de una experiencia**

25 de octubre

La acción política democrática tiene que arrancar de un proyecto de intervención sobre la realidad, ya sea para modificarla o para conservarla. La acción política sin proyecto no llega más allá de la agitación y del ruido. Pero la política exige también capacidad de movilizar recursos y establecer ritmos de intervención aptos para transformar el proyecto en una actuación efectiva. La comunicación social forma parte de estos recursos y en cierta manera los impregna. El resultado de esta impregnación puede tener consecuencias positivas y negativas sobre la misma naturaleza de la democracia.

Docente: Josep M. Vallès

Doctor en Derecho. Catedrático de Ciencia Política de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Consejero de la Generalitat de Catalunya (2004-2007) y Rector de la UAB (1990-1994).



Institut de Ciències Polítiques i Socials

c/ Mallorca 244, pral., 08008 Barcelona

www.icps.cat