

MÁSTER EN MARKETING POLÍTICO

M

M

**Estrategias
y comunicación
política**

Curso 2010 - 2012

■ Séptima edición

Curso bilingüe

Director

Gabriel Colomé

P

UAB
Escola de Postgrau
Universitat Autònoma de Barcelona



Coordinación y gestión:

ICPS

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

con la colaboración de

Diputación de Barcelona

Departamento de Ciencia Política y Derecho Público (UAB)

Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación (UAB)

Curso 2010 - 2012

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

Objetivos

El Máster está destinado a formar a futuros profesionales de la consultoría política, a partir de herramientas teóricas y prácticas. Se trata de una disciplina con una larga trayectoria en el mundo académico anglosajón pero de escasa presencia en los programas universitarios catalanes y españoles. El objetivo es ofrecer una formación específica en marketing y comunicación política a licenciados en ciencias políticas, sociología, ciencias de la información y ciencias sociales, así como a profesionales en ejercicio.

Calendario

Información

Programa

El programa se estructura en cinco grandes bloques, con un total de once módulos:

Análisis

- **Estrategias políticas**
 - Introducción a la política española •
 - Lección inaugural sobre Ciencia Política y Política •
 - Escenarios políticos •
 - Estrategia y comunicación Taller 1 •
 - Estrategias políticas •
 - Estrategias de coaliciones Taller 2 •
- **Encuestas**
 - Análisis de escenarios electorales •
 - Límites y virtualidades de las encuestas •
 - Conocer a los ciudadanos •
 - Análisis de las encuestas Taller 3 •

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. La campaña 2008
 - Instituciones, actores y comunicación política
 - Sesión de trabajo 5 PSC
 - Sistema y derecho electoral: análisis del sistema político español y catalán
 - Líderes y liderazgos Taller 4

Campañas

- **Campañas**
 - Análisis y diseño de políticas: toma de decisiones y asesoramiento político •
 - Programa electoral, "temas" y plan de campaña •
 - Dirección de campañas Taller 5 •
 - Análisis de campañas Taller 6 •
- **Política e imagen**
 - Marketing de confianza Taller 7 •
 - Publicidad política: las imágenes de la política Taller 8 •
 - Political Branding •
 - La imagen de los candidatos políticos como estrategia electoral •
 - Campañas americanas •
 - Campañas latinoamericanas: un modelo mixto de estrategias de movilización •

Comunicación

- **Organización de la comunicación**
 - Gabinetes de comunicación
 - Seguridad y Política
 - Organización de la comunicación Taller 9
 - Nuevas tecnologías de la Comunicación, Política y Democracia: el pensamiento orientado al futuro
 - Actitudes, contexto de expresión y comunicación
- **Discurso político**
 - Oratoria política Taller 10
 - Prensa, partidos y política
 - Comentario político
 - Construir un discurso Taller 11
- **Política y medios de comunicación**
 - Política y medios de comunicación
 - Imagen y diseño Taller 12
 - Actuar en televisión Taller 13

Institucional

- **Gobierno relacional**
 - Dirección pública
 - Gobierno relacional
 - Proceso de toma de decisiones
 - Competencias para desarrollar un gobierno eficaz
 - Democracia local y participación
 - E-gobierno
 - **Gestión de la comunicación en el gobierno**
 - Planes de comunicación local Taller 14
 - El rol del Parlament de Catalunya en el sistema institucional de la Generalitat y del Estado español
 - La política como gobierno y como gestión: notas de una experiencia
- sesiones en español



análisis

ANÁLISIS

Estrategias políticas

■ Introducción a la política española

28 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 incapié en Catalunya.

Docente: Verònica Fumanal

Licenciada en Ciencias Políticas por la UAB, Máster en Marketing Político, UAB y Postgrado en La Práctica de la Comunicación Política. Ejerce la docencia en diversos cursos relacionados con la comunicación política e institucional. Miembro del programa del Departamento de Estado de los Estados Unidos "A Voluntary Visitor Project for Spain" durante las primarias '08. Socia consultora de Politikom.

■ Lección inaugural sobre Ciencia Política y Política

29 d'octubre

Docente: Isidre Molas

Doctor en Derecho. Catedrático de Derecho Constitucional de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Ha sido 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). Actualmente es vicepresidente primero del Senado y presidente del Partit dels Socialistes de Catalunya. Algunas publicaciones: Lliga Catalana (Barcelona, 1972); La Ciutat Il·lunyana (1982); El socialisme de la llibertat (1992).

■ Escenarios políticos

4 y 5 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

Profesor emérito de Ciencia Política de la Universitat Autònoma de Barcelona. Fundador y primer Decano del Col·legi de Politòlegs i Sociòlegs de Catalunya. Ha sido director general de la Escuela de Policía 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 NNUU y miembro de su equipo negociador en la Mesa de Paz de El Salvador, responsable del Área de Fortalecimiento del Poder Civil de la Misión de Verificación de las Naciones Unidas en Guatemala. Ha realizado misiones de Naciones Unidas en Rumania, Somalia, México, Argentina, Guinea Ecuatorial. Miembro del "Team Europe" de la Comisión de la Unión Europea.

Taller 1

■ Estrategia y comunicación

11, 12 y 13 de noviembre

Docente: Xavier Roig

Periodista y licenciado en Derecho, director del Gabinete del Alcalde de Barcelona (1983-1996) después de haber ejercido profesionalmente el periodismo en diversos medios de Barcelona y de un período de trabajo como traductor en instituciones del sistema de Naciones Unidas en Ginebra. Ha sido director de las campañas de Pasqual Maragall a las elecciones al Parlamento de Cataluña de 1999, de Joan Laporta a la presidencia del Fútbol Club Barcelona (2003), de Albert Pintat a la jefatura del Gobierno de Andorra (2005), entre otras. Colabora como consultor en comunicación estratégica con diversas instituciones públicas y privadas.

■ Estrategias políticas

19 y 20 de noviembre

Proporciona mecanismos para decidir cuales son los objetivos para la comunicación de campaña. Ofrece herramientas a través de modelos para identificar argumentos y sugerencias que son 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 así como comunicación de gobierno y desarrollo de partidos políticos. 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.

Taller 2

■ Estrategias de coaliciones

25, 26 y 27 de noviembre

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

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. Ha sido secretario general (2002-2004) y vicerrector (2001-2008) de la Universitat de Barcelona. Catedrático de Ciencia Política y de la Administración en la Universitat de Barcelona. Ha publicado, entre otros títulos, Coaliciones Políticas y Gobernabilidad, El control de la Administración y El sistema polític de Catalunya.

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 de la Universitat de Barcelona. Ha publicado, entre otros títulos, La formación de gobiernos minoritarios en España, 1977-1996, ¿Merece la pena coaligarse? y Los gobiernos de coalición en los sistemas presidenciales de Latinoamérica: elementos para su estudio.

Encuestas

■ Análisis de escenarios electorales

10 y 11 de diciembre

Análisis de los elementos (estructurales o coyunturales) que deben tenerse 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 UAB. Analista del Institut de Ciències Polítiques i Socials (1995-2001). Especialista en análisis electoral a través de encuestas y estudios de geografía electoral. Actualmente, jefe de gabinete del Delegado Especial del Estado en 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).

■ Límites y virtualidades de las encuestas

17 de diciembre

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", "Ciencia Política y Derecho", "La legislación estatal en la España democrática: una aproximación politológica", además de artículos sobre elecciones, partidos y élites políticas como "Las encuestas electorales en la sociedad mediática".

■ Conocer a los ciudadanos

18 de diciembre

Técnicas y maneras de saber las aspiraciones de la ciudadanía y su reacción frente a 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. En 1988 dirigió el Departament d'Estudis d'ICB y en 1996 el Departament d'Estudis i Avaluació del Ayuntamiento de Barcelona. Actualmente es directora de GESOP, Gabinete de Estudios Sociales y Opinión Pública.

Taller 3

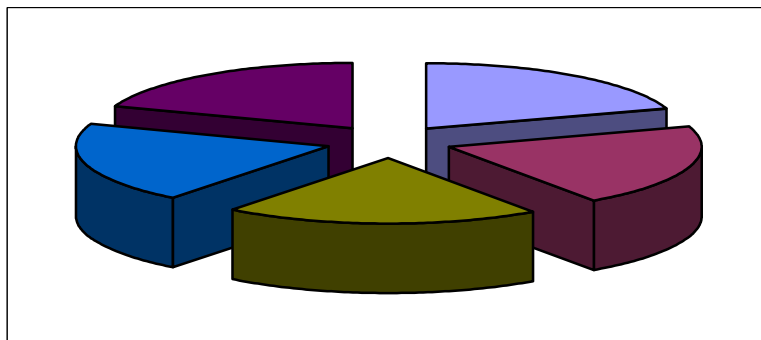
■ **Análisis de encuestas**

13, 14 y 15 de enero

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

Docente: Beatriz Elías

Responsable del Área de Estudios del Centre d'Estudis d'Opinió CEO, supervisando y coordinando las encuestas que realizan los diferentes departamentos de la Generalitat de Catalunya. Instituto Opina: analista (1997-2001), directora técnica (2001-2005) especialista en el ámbito de los estudios de opinión pública, como el Pulsómetro de la Cadena Ser, y responsable de la coordinación de todos los estudios de satisfacción de usuarios y de mercado.



actores

ACTORES

Escenarios electorales

Sesión de trabajo 1

■ Sesión de trabajo

20 de enero



Partit Popular de Catalunya, PPC

■ Comportamiento electoral

21 y 22 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

Catedrático de Ciencia Política de la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha sido miembro del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Es asesor de OPINA, S.A. Ámbitos de especialización: comportamientos electorales, gobierno local, política comparada, políticas universitarias. Es autor o coautor de once libros de la especialidad, de diecinueve contribuciones en obras colectivas y de un considerable número de artículos en revistas profesionales.

Sesión de trabajo 2

■ Sesión de trabajo

27 de enero



Iniciativa per Catalunya Verds, ICV

■ Euskadi

28 y 29 de enero

Estudio de caso sobre Euskadi.

Docente: Francisco Llera

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

3 de febrero



Esquerra Republicana de Catalunya, ERC

■ Galicia

4 y 5 de febrero

Estudio de caso sobre Galicia.

Docente: José Manuel Rivera

Profesor del departamento de Ciencia Política y de la Administración en la Universidade de Santiago de Compostela. Ha sido secretario general de Análisis y Proyección de la Xunta de Galicia.

Actores en la política

Sesión de trabajo 4

■ Sesión de trabajo

10 de febrero



Convergència i Unió, CiU

■ Actores, partidos y medios. La campaña 2008

11 y 12 de febrero

Estudio de caso sobre Andalucía.

Docente: Juan Montabes

Doctor en Derecho y catedrático de Ciencia Política y de la Administración, Universidad de Granada. Decano de la facultad de Ciencias Políticas y Sociología (2000-2003). Ha sido director del departamento de Ciencias Políticas y de la Administración, director de la Fundación Euro-árabe y miembro de la Junta Electoral de Andalucía. Actualmente es el Presidente del Consejo del Audiovisual de Andalucía.

■ Instituciones, actores y comunicación política

17 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 diversos niveles de gobierno, grupos de presión y otros actores, así como la relación de estos dos ámbitos de la vida política con los medios de comunicación. El análisis de la actividad interna de instituciones y actores en esta relación con la comunicación política es el elemento determinante.

Docente: Joan Marcet

Doctor en Derecho por la UAB (1982). Certificado d'Études Politiques por l'Institut d'Études Politiques de Paris (1976). Licenciado en Derecho por la Universidad de Barcelona (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). Ha sido Diputado en el Congreso de Diputados entre 1982 y 2004. Vice-presidente del Congreso de los Diputados en las legislaturas 1989-1993 y 1996-2000. Portavoz del Grupo Parlamentario Socialista en el Congreso, para diversas Comisiones. Durante años ha combinado 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 diversas publicaciones sobre Derecho Constitucional y Ciencia Política.

Sesión de trabajo 5

■ Sesión de trabajo

18 de febrero



Partit dels Socialistes de Catalunya, PSC

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

19 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 de la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha sido directora del Departamento de Ciencia Política y Derecho Público de la Universidad Autònoma de Barcelona. Especializada en política española, análisis de partidos políticos y elecciones. Obras más significativas: "Acció Catalana (1922-1936)", Curial, 1984 y "El sistema electoral" Tecnos, 1996.

Taller 4

■ **Líderes y liderazgos**

24, 25 y 26 de febrero

El nuevo liderazgo social y 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 diversas actividades directivas en la Administración Local y en los procesos de mejora de la calidad de los servicios públicos, y responsable del Servei de Formació Local de la Diputació de Barcelona. Ex-director general de Asuntos Religiosos de la Generalitat de Catalunya. Actualmente es el director del Patronat de la Muntanya de Monserrat (Generalitat de Catalunya).



campañas

CAMPAÑAS

Campañas

- **Análisis y diseño de políticas: toma de decisiones y asesoramiento político** 4 de marzo

Estudia la metodología del análisis y diseño de políticas, el rol de los asesores expertos y sus relaciones con el Gobierno. Diseño estricto de las políticas, planificación de actuaciones de negociación, comunicación y *lobbying*.

Docente: Albert Calderó

Abogado. Consultor de gobierno y dirección pública. Fue fundador y subdirector de Estrategia Local, equipo de consultores de estrategia, organización y marketing para el sector público. Fue director de organización y personal del Ajuntament de Terrassa. Es asimismo profesor de distintos Másters y Postgrados en Gestión Pública.

- **Programa electoral, "temas" y plan de campaña** 5 de marzo

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 fijar el discurso político.

Docente: Antoni Fernández

Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología y en Geografía e Historia. Profesor asociado de Ciència Política y de la Administración de la Universitat de Barcelona. Director de Comunicación de la Diputació de Barcelona hasta 2004. Ha sido miembro de la Comisión Electoral del PSC y ha participado en la organización de diferentes campañas municipales, autonómicas y generales. En la actualidad es secretario general del departament d'Indústria de la Generalitat de Catalunya.

- **Taller 5**
Dirección de campañas 10, 11 y 12 de marzo

Técnicas y prácticas de como se dirige una campaña. Los planteamientos iniciales y como pueden variar 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 las voluntades de los actores políticos.

Docente: Pere Oriol Costa

Catedrático de Comunicación y coordinador de Tercer Ciclo del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Taller 6

■ Análisis de campañas

17, 18 y 19 de marzo

Se trata de analizar las campañas electorales desde diferentes 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 de la UAB. Director del Master en Marketing Político de la UAB. Invitado por el Departamento de Estado para seguir la campaña presidencial norteamericana de 1988. Asistencia al Seminario de la revista Campaigns & Elections en Washington DC, (1996) y (2002). Asistencia al Seminario de análisis post-electoral 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 de 2008. En la actualidad, director del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat de Catalunya.

Política e imagen

Taller 7

■ Marketing de confianza

24, 25 y 26 de marzo

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 esta 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

Asesor de educación, cultura y bienestar, y coordinador de la red de Centros Cívicos en el Ayuntamiento de Barcelona. Profesor de marketing en el Instituto de Dirección y Gestión Pública de ESADE. Consultor y conferenciante invitado en instituciones y universidades de España y Latinoamérica. Autor de varios libros sobre comunicación, cultura, o marketing. Su último libro es Marca Ciudad.

Taller 8

■ Publicidad política: las imágenes de la política

31 de marzo, 1 y 2 abril

Elementos específicos que configuran la publicidad política. Ejemplos prácticos extraídos de campañas electorales en Cataluña, 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) ha sido 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 diferentes campañas municipales, autonómicas y generales. Profesor asociado de la Universitat Autònoma de Barcelona de la asignatura de Comunicació y Opinió Pública. Desde 1996 es director de Comunicació Corporativa i Qualitat del Ajuntament de Barcelona. En esta direcció se implanta la estrategia global de las

diferentes actuaciones de comunicación, promoción, imagen, identidad corporativa e investigación de mercados para el conjunto del Ayuntamiento. Director de l'Alcaldia del Ajuntament de Barcelona desde enero de 2010.

■ **Political Branding**

7 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

Publicitario y Analista en Medios de Comunicación (USAL-Bs.As.), Master en Marketing Político (UAB), Postgrado en Branding (UAB) Director de Quintella Gerez Branding Ltd.; Premiado por la American Association of Political Consultants con el Pollie Award 2009 (Mejor Spot de TV Internacional); Nominado al Reed Award 2010 por la revista Campaigns and Elections (Mejor Spot de TV Internacional); Socio Fundador de la Asociación Argentina de Marketing Político; 10 años de experiencia internacional en la construcción de marcas.

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

8 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 en cuanto a imagen y comunicación personal.

■ **Campañas americanas**

9 de abril

Análisis de los elementos específicos que configuran la publicidad y su transformación en publicidad política con especial énfasis en las campañas norteamericanas.

Docente: Xavier Dominguez

Political Marketing Director de la empresa S.C.P.F. Consultor político y electoral. Máster en Marketing Político, se ha especializado en Estrategia Electoral por la Graduate School of Political Management de la George Washington University. Ha dirigido y asesorado campañas electorales en España, México, Costa Rica y Guatemala.



■ **Campañas latinoamericanas: un modelo mixto de estrategias de movilización**

15 y 16 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 ha experimentado las campañas en América Latina, mostrando el modo 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, patronazgo y compadrazgo 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

Subdirectora del Instituto Iberoamericano de la Universidad de Salamanca (USAL). Profesora de Ciencia Política y de la Administración (USAL) y Directora Académica del Postgrado de Estudios Latinoamericanos que se imparte en el Instituto de Iberoamérica (USAL). Directora de América Latina Hoy, revista de Ciencias Sociales. Directora del curso Elecciones y Comunicación Política, USAL-FUNFLODE en Santo Domingo, República Dominicana.



comunicación

COMUNICACIÓN

Organización de la comunicación

■ Gabinetes de comunicación

29 de abril

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

Docente: Lluís Garriga

Periodista. Director adjunto del Grupo Lavinia. Ha sido Jefe de prensa del Ajuntament de Barcelona (1999-2004). Ha trabajado en Televisión Española de Cataluña donde desarrolló distintas responsabilidades. Fue responsable de los informativos al Canal Olímpico durante los Juegos de Barcelona '92. Ha trabajado asimismo en el Diari de Barcelona como redactor jefe.

■ Seguridad y Política

30 de abril

Definición de Seguridad, contexto y ámbitos de aplicación. Introducción a las estrategias de conflicto. Comunicación y campaña: seguridad de la información, personas y actos. Sistemas de autoevaluación

Docente:

Taller 9

■ Organización de la comunicación

5, 6 y 7 de mayo

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

Docente: Margot Pascual

Licenciada en Ciencias de la Información y Master 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. Ha sido 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.

■ **Nuevas tecnologías de la Comunicación, Política y Democracia: el pensamiento orientado al futuro**

13 de mayo

La relación histórica entre medios de comunicación y política ha estado marcada, desde la transición política española, por una relación de normalización en un país que tuvo que consolidar el sistema democrático no sólo desde el punto de vista político sino también desde el punto de vista mediático. Pasar de un sistema monolítico como fue la dictadura a un sistema plural de los medios es explicar la propia historia de este país. El siglo XXI, con la irrupción de la nueva sociedad informacional, plantea nuevos retos y nuevas preguntas a la relación entre lo público y lo privado, entre lo político y lo mediático.

Docente: Santiago Ramentol

Doctor en Ciencias de la Comunicación, es profesor titular de Comunicación Científica de la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha sido director de los informativos en catalán de TVE Catalunya, subdirector del semanario Mundo, redactor en jefe de Cultura i Ciència de El Periódico de Catalunya, director del diario Avui, jefe de la Unitat de Comunicació i Imatge de la Universidad Autónoma de Barcelona, director de Ràdio Estel y director de Ciencia & Vida (Science & Vie). Desde 1999 es secretario general del Consell de la Informació de Catalunya.

■ **Actitudes, contextos de expresión y comunicación**

14 de mayo

Desde la perspectiva de la psicología social se pretende tratar la estabilidad de las actitudes (actitudes cristal/actitudes líquido) prestando 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 y su influencia específica en la comunicación política.

Docente: Francisco Elejabarrieta

Profesor Titular de Psicología Social de la Universitat Autònoma de Barcelona

Discurso político

Taller 10

■ **Oratoria política**

19, 20 y 21 de mayo

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

Docente: Xavier Fähndrich

Periodista y politólogo. Socio y fundador de MintsMind, SL. Equipo de consultores de estrategia. Profesor asociado de la UAB y de la URV. Profesor de oratoria política en EUDEL (Asociación de Municipios del País Vasco) y en el Postgrado de Participación Ciudadana y Comunicación de la Fundació Universitat de Girona. Profesor de participación ciudadana en las Diputaciones Provinciales de Barcelona y Girona. Profesor de comunicación institucional a la Escuela de Administración Pública de Catalunya.

■ **Prensa, partidos y política**

27 de mayo

Análisis de las relaciones que se establecen entre los diferentes 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 en 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 diversos libros, el último de los cuales titulado Ara sí que toca! Jordi Pujol, el pujolisme i els successors.

■ **Comentario político**

28 de mayo

Las diferentes 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 enriquecen al lector y aportan credibilidad a los puntos de vista del articulista.

Docente: Joan B. Culla

Profesor de Historia Contemporánea de la Universitat Autònoma de Barcelona desde 1977 y autor de una docena de libros, el último de los cuales es Israel, el somni i la tragèdia (La Campana, 2004), traducido al castellano como La tierra más disputada (Alianza Editorial, 2005). Hace aproximadamente quince años que cultiva semanalmente el articulismo de análisis político (en los periódicos Avui y posteriormente El País) y es el director del programa Segle XX, de Televisió de Catalunya.

Taller 11

■ **Construir un discurso**

2, 3 y 4 de junio

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 y 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".



Política y medios de comunicación

■ Política y medios de comunicación

10 y 11 de junio

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

Docente: Antoni Gutiérrez-Rubí

Asesor de comunicación pública y política en España y en Centroamérica donde lo es de presidentes y responsables ministeriales. Es profesor de los master de comunicación de la Universidad de Navarra, la de Carlos III, la URJC, la Pontificia de Salamanca, la UAB, la UCM, la UIMP y la UPEC. Escribe habitualmente en El Periódico de Catalunya, El País, Público, Expansión, Cinco Días y el diario norteamericano Siglo 21 (donde ha escrito especialmente dirigiéndose a la comunidad latinoamericana de New Hampshire). Colabora también en distintos portales como el Directorio del Estado (El portal del gobierno electrónico). Promueve las comunidades virtuales eDemocracia y Responsabilidad Global.

Taller 12

■ Imagen y diseño

16, 17 y 18 de junio

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 los cuales podemos destacar: New Art Barcelona, El Bulli, Museu Marítim de Barcelona, Centro Insular de Cultura. 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 Fundación Signes y de la comisión de expertos de la Designpedia. Habitualmente, expone su obra artística en la Galería Carles Taché.



Taller 13

■ **Actuar en televisión**

30 de junio y 1 y 2 de julio

El medio que llega a más número de ciudadanos, cómo utilizarlo, su influencia real, los diferentes canales. Cómo utilizarlos para difundir los mensajes que se quiere por parte de los actores políticos.

Docentes:

Bàrbara Arqué

Licenciada en Ciencias de la Información y Ciencias Políticas y Sociología por la Universitat Autònoma de Barcelona. Periodista de Servicios Informativos de Televisió de Catalunya. Presenta la franja matinal del canal 3/24.

Jordi Eroles

Periodista de Servicios Informativos de Televisió de Catalunya. Presenta la franja matinal del canal 3/24.

Manel Mateu

Profesor asociado de Periodismo audiovisual en la Universitat Autònoma de Barcelona. Periodista de Servicios Informativos de Televisió de Catalunya desde 1983.



institucional

INSTITUCIONAL

Gobierno relacional

■ Dirección pública

16 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

Catedrático de Derecho Constitucional de ESADE-Universitat Ramon Llull. Anteriormente ha impartido Derecho Constitucional en las Universidades del País Vasco, Pompeu Fabra y en la Escuela Judicial (Consejo General del Poder Judicial). Ha sido 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

17 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 Universidad de Barcelona y Master en Función Gerencial en Administraciones Públicas por ESADE. Ha sido 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 Agencia Catalana del Consumo. 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. Actualmente, Consejero delegado del Institut Català de Finances (ICF) de la Generalitat de Catalunya.

■ Proceso de toma de decisiones

30 de septiembre y 1 de octubre

El mundo político de la toma de decisiones sigue unos mecanismos formales. Las sesiones tratarán de los procesos no formales de toma de decisiones, en los que se toman decisiones: las presiones, las contriciones 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 local como autonómica o central.

Docente: Jesús Maestro

Licenciado en Ciencias Políticas y en Historia por la Universitat Autònoma de Barcelona. Máster en Negocios Internacionales por la Universitat Pompeu Fabra. Ha

sido analista del Institut de Ciències Polítiques i Socials, concejal del Ajuntament de Barcelona (1999-2003), vicepresidente de la Diputació de Barcelona (1999-2003), secretario de Cooperación Exterior de la Generalitat de Catalunya (2004). Autor de distintos textos sobre ciencia política, cultura política, partidos políticos, política internacional y cooperación al desarrollo. Ha sido Coordinador General de la Cooperación Española en Algeria (2006-2008), y desde julio de 2008 es director del Centro de formación de la cooperación española en Montevideo, Uruguay.

■ **Competencias para desarrollar un gobierno eficaz** 7 de octubre

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

Docente: Manuel Muntada

Licenciado en Filosofía y Letras (sección Psicología). Diplomado en Neuropsicología por la Facultad de Medicina de la Universitat Autònoma de Barcelona. Experto en planificación estratégica, desarrollo organizacional y dirección de equipos de alto rendimiento. Ha desarrollado funciones directivas y de coordinación metodológica en el sector público, privado e universitario. En la actualidad realiza su tarea de consultor en la marca profesional [cumClavis].

■ **Democracia local y participación** 8 de octubre

Los fundamentos de la participación ciudadana: ¿la participación como problema o como oportunidad? Participación ciudadana en el mundo local. Una aproximación a algunas experiencias: procesos y resultados. Nuevas tecnologías y democracia local: el proyecto Consensus.

Docente: Jordi Sànchez

Director de la Fundació Jaume Bofill. Profesor de Ciencia Política en la Universitat de Barcelona y en la Universitat Oberta de Catalunya. Fue miembro de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (1999-2004).

■ **E-gobierno** 14 y 15 de octubre

Se analizará la situación actual en Cataluña y España, el marco legislativo y todos los protagonistas implicados: electos, técnicos y ciudadanos. Al mismo tiempo, se identificarán los ámbitos socioeconómicos que intervienen así como las políticas de información y comunicación a través de la red.

Docente: Jordi Pericàs

Licenciado en Ciencias Matemáticas y diplomado en función gerencial para las administraciones públicas, ESADE (Universidad Ramón Llull). Ha sido jefe del servicio de telecomunicación de la Diputación de Barcelona, director de servicios de Recursos Internos y Sistemas de la Diputación de Barcelona, director general del Consorcio Público Local, LOCALRET, vicepresidente de la Agencia Catalana de Certificación. Miembro del Consejo Asesor para las Tecnologías de la Información y Comunicación. Secretario general del Consejo del Audiovisual de Cataluña. Actualmente, secretario general de Política Financiera, Competencia y Consumo del departamento de Economía y Finanzas de la Generalitat de Catalunya.

Gestión de la comunicación en el gobierno

Taller 14

■ Planes de comunicación local

20, 21 y 22 de octubre

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

Docente: Loreto Rubio

Directora del Grupo Sinergia Value, Socialización y Comunicación de Proyectos Públicos.

■ El rol del Parlament de Catalunya en el sistema institucional de la Generalitat y del Estado español

27 de octubre

Se trata de analizar las diversas 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 E. Pitarch

Letrado del Parlament de Catalunya, profesor de la Universitat Pompeu Fabra.

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

28 de octubre

La acción política democrática debe arrancar de un proyecto de intervención sobre la realidad, ya sea para modificarla o para conservarla. La acción política sin proyecto no va 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 cierto modo los impregna. El resultado de esta impregnación puede tener consecuencias positivas y negativas sobre la misma naturaleza de la democracia.

Docente: Josep M. Vallès

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



información

í máster

Créditos a cursar

Es necesario cursar 80 créditos ECTs:
32 teóricos,
33 prácticos, que incluyen 15 en prácticas de empresa,
15 consistentes en un trabajo de investigación que deberá realizarse bajo la dirección del profesorado y defender ante un tribunal académico.

Requisitos de admisión

- Licenciado universitario y/o
- Profesional en ejercicio

Titulación

Máster en Marketing Político: estrategias y comunicación política
En caso de no tener la titulación previa, se obtendrá un certificado de aprovechamiento.

Evaluación

Asistencia a las clases, talleres y sesiones de trabajo acreditada con firma.
Redacción de un *paper* de cinco páginas al final de cada uno de los módulos.
Informe favorable de prácticas.
Superados estos tres requisitos, el candidato podrá presentarse ante el tribunal académico para defender su Memoria.

Prácticas

Se realizarán en gabinetes de comunicación y de estudios de partidos políticos, instituciones y empresas de comunicación y de opinión.

Calendario

Docencia presencial: del 28 de octubre de 2010 al 28 de octubre de 2011
Período de prácticas: de noviembre de 2011 a junio de 2012
Trabajo de investigación: de octubre de 2011 a junio de 2012
Las clases se impartirán en la sede del ICPS, calle Mallorca 244, pral. de Barcelona

Horario

jueves y viernes de 15,30 a 19,30 horas
sábados de 10,00 a 14,00 horas

Precio

Matrícula, 4.550 €. Incluye todo el material de las sesiones y las actividades complementarias.
Posibilidad de financiación a través de Caixa Catalunya.

Preinscripción

Del 1 de junio al 26 de septiembre de 2010, a través del **formulario de inscripción** (operativo a partir del 1 junio de 2010).

- Es imprescindible entregar un Currículum Vitae por correo electrónico
- Realizar el pago de 400 € de preinscripción a cuenta del importe de la matrícula

Este importe se devolverá únicamente en el caso de no ser admitido (no por baja voluntaria). El alumno/a deberá solicitar la devolución y presentarse en secretaria para hacerla efectiva antes del 15 de diciembre de 2010.

Para aspirantes procedentes de otros países, pueden estudiarse diferentes períodos de preinscripción.

- La selección de los aspirantes se realizará por currículum académico y profesional, complementada con una entrevista personal al final del proceso
- El 30 de julio y el 30 de septiembre se publicará la lista de admitidos al programa en la web del ICPS

Matriculación

Del 6 al 15 de octubre de 2010, personalmente, en la sede del ICPS, de 10 a 14 horas, previo aviso de secretaría.

Documentación obligatoria a entregar:

- Acreditación de la licenciatura, con documentación adicional según el país de origen del alumno
- Fotocopia del DNI o pasaporte
- 3 fotografías actualizadas tipo carné

Los alumnos extranjeros dispondrán, en caso necesario, hasta el día 6 de noviembre para formalizar la matrícula.

Modalidades de pago:







- En un único pago, previo a la formalización de la matrícula
- En dos pagos: el primero previo a la formalización de la matrícula, y el segundo antes del 30 de noviembre de 2010

Modo de efectuar el pago:

- Transferencia bancaria (hacer constar el nombre del interesado/a)
- Tarjeta de crédito: rellenando el **formulario de pago**

El ICPS se reserva el derecho de anulación del curso en caso de no existir el cupo mínimo de alumnos



-  Metro
-  Passeig de Gràcia  Diagonal
-  Ferrocarrils  Provença
-  Autobús
7, 16, 17, 22, 24, 28, 20, 43, 44

Para información adicional contactar con:

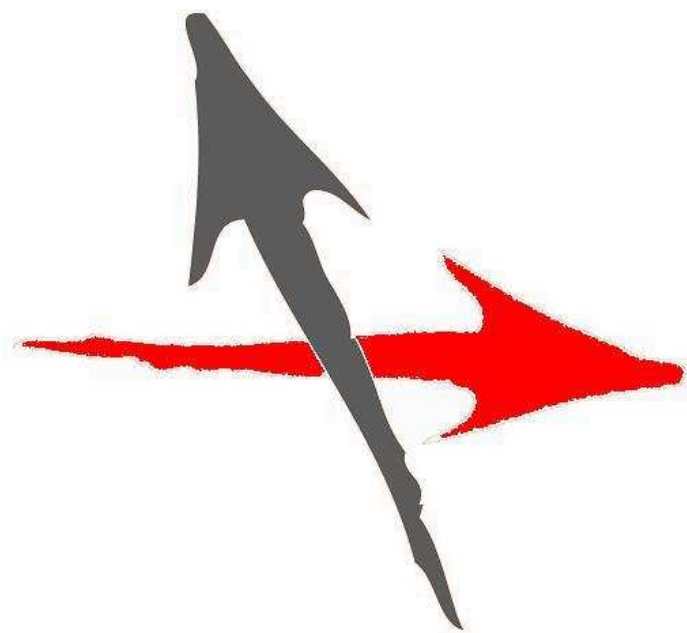
Institut de Ciències Polítiques i Socials

c/ Mallorca, 244, pral., 08008 Barcelona

telf.: 34 93 487 10 76 (Mercè Sala)

c/e: salamm@diba.cat

www.icps.cat/masters.asp



Institut de Ciències Polítiques i Socials

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