



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT  
**GABINET DE COMUNICACIÓ**

Coordinació: YOLANDA JIMÉNEZ SESÉ

Any acadèmic 2013-14

## Informació general de l'assignatura

<b>Denominació</b>	GABINET DE COMUNICACIÓ
<b>Codi</b>	101924
<b>Semestre d'impartició</b>	2n Q Avaluació Continuada
<b>Caràcter</b>	Optativa
<b>Nombre de crèdits ECTS</b>	6
<b>Crèdits teòrics</b>	0
<b>Crèdits pràctics</b>	0
<b>Coordinació</b>	YOLANDA JIMÉNEZ SESÉ
<b>Departament/s</b>	Filologia Catalana i Comunicació
<b>Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant</b>	Hores presencials: 71 Hores no presencials: 79
<b>Informació important sobre tractament de dades</b>	Consulteu <a href="#">aquest enllaç</a> per a més informació.
<b>Idioma/es d'impartició</b>	Català Altres: Castellà/anglès
<b>Horari de tutoria/lloc</b>	Div. 18.30h-19.30 Despatx: 1.04.03

YOLANDA JIMÉNEZ SESÉ

## Informació complementària de l'assignatura

La configuració actual dels processos de la comunicació està canviant, en el fons i en les formes, fonamentalment a causa de la incorporació de les noves tecnologies. La presència dels gabinets de premsa en aquest nou sistema és doncs, una part més del procés, també afectat, directament, per les noves eines i formes de comunicació. Els gabinets de premsa, segons estableix el document de bones pràctiques Els gabinets de comunicació Criteris de bones pràctiques professionals elaborat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya (2009) són "una font i un canal d'informació. La generen i/o la gestionen. I generalment estan integrats per equips multidisciplinaris en els quals juga un paper decisiu el coneixement i l'experiència dels periodistes(...)".

Aquest nou paper dels gabinets com a fonts, però també com a canals directes d'informació, requereix de professionals ben formats en l'àmbit periodístic, que puguin aplicar el seus coneixements en aquest periodisme especialitzat i que, a la vegada, coneguin les característiques, rutines i funcionament específic dels mitjans de comunicació.

Actualment, la proliferació de gabinets i empreses de comunicació ha motivat, objectivament, una sobresaturació d'informació. Malgrat aquest gran volum d'informació que arriba a les redaccions canalitzada pels gabinets de premsa - part de la qual és rebutjada: correu brossa - la realitat és que l'agenda temàtica del dia, en gran mesura, vé marcada per les convocatòries, rodes de premsa...que arriben per mitjà dels departaments de comunicació d'institucions i entitats.

Els Dircom (directors de comunicació de les empreses) o els periodistes de gabinet, a més de les qualitats o característiques que ha de tenir un periodista de mitjans de comunicació, han de tenir un plus de lideratge. Per tant, un periodista de gabinet ha de saber planificar estratègicament, gestionar el temps, conèixer les dinàmiques de la comunicació i, a la vegada, aplicar tota la tècnica periodística a les publicacions, notes de premsa i qualsevol tipus de material informatiu que s'elabora des d'aquestes departaments.

L'assignatura Gabinets de Comunicació té l'objectiu d'endinsar als alumnes en el periodisme que es realitza des d'aquests departaments, les seves possibles estructures i principals funcions. Un sector que ocupa un percentatge cada vegada més important de titulats i professionals de la informació i la comunicació. L'assignatura planteja aquest coneixement des del vessant teòric i pràctic, amb pràctiques setmanals i un treball de grup.

Prerequisits:

1. Coneixement dels mitjans de comunicació i del seu funcionament
2. Competència lingüística
3. Bon nivell de redacció periodística

Corequisits:

1. Ús tecnologies 2.0
2. Creativitat i innovació
3. Aptituds pel treball en equip

## Objectius acadèmics de l'assignatura

Veure apartat de competències.

## Competències

Competències	Objectius formatius

Comprensió de la funció que desenvolupen en el periodisme i la comunicació els departaments/gabinets de premsa i comunicació	Coneixement del funcionament dels gabinets/departaments de comunicació (història, evolució, característiques, funcions)
Capacitat per abordar la comunicació des de la perspectiva del periodisme de fonts	Anàlisi del denominat periodisme de fonts, el periodisme específic que desenvolupen els professionals que treballen en gabinets de comunicació, ja siguin institucionals (vinculats a una institució o entitat pública) o privats.
Aprofundir en els sistemes de relació entre el periodisme de mitjans i el periodisme de fonts	.Aproximació a la figura dels Dircom, les seves funcions, els portaveus. Les situacions de crisi. Els límits.
Conèixer a fons les eines amb què treballen els departaments/gabinets de comunicació	Estudi de les publicacions, les notícies i el material informatiu emès/coordinat pels gabinets de comunicació. L'actualització del concepte de Reputació social corporativa. Visibilitat a la xarxa
Desenvolupar la creativitat en matèria de comunicació corporativa i la visió estratègica	Desenvolupament nous enfocaments creatius en els materials i suports tradicionals de la comunicació corporativa

## Continguts fonamentals de l'assignatura

1. El Gabinet de Comunicació. (4,5h)
  - a. Evolució històrica.
  - b. Tipus de gabinets. Públic-Empresarial.
2. Estructura i funcions dels gabinets de premsa. El model americà i el model britànic. Del Press Gaggle al Lobby de Westminster. (4,5h)
3. Qui és qui. DIRCOM, Spindoctors. (3h)
4. El Gabinet de Comunicació i la comunicació interna: el públic preferencial. Casos d'èxit. (4 h)
5. El Gabinet de Comunicació i la comunicació externa: la relació amb els mitjans. (12h)
  - a. Periodisme de fonts i notícia.
  - b. Les eines.
    - I- Convocatòria de premsa. Els públics
    - II- La roda de premsa. El portaveu. Role Play.
    - III- La nota de premsa. Models.
    - IV- Dossier de premsa.
    - V- Els productes informatius dels gabinets de premsa.
6. Els Gabinets 2.0 i la comunicació externa: el públic. Models de gabinets 2.0. (4,5h)
7. Visibilitat a la xarxa i reputació. Les eines. (4,5h)
8. Els gabinets i les comunicacions de crisi. Estratègies. Casos. (4,5h )

9. Pla de Comunicació. (4,5h) (Es desenvoluparà en la part pràctica de l'assignatura )

10. Les disfuncions dels Gabinet de Premsa. Criteris de Bones pràctiques. Deontologia professional (2h)

## Eixos metodològics de l'assignatura

Activitat	CODIFICACIÓ / descripció / tipologia TPD	O*	G*	HP*	HNP*
<b>Classe magistral (M)</b>	Vegeu temari i cronograma	O1,2,3,4,5	1	22,5	39
<b>Seminaris (S)</b>					
<b>Pràctiques (P)</b>	Avaluació PA	O4, 0.5	1	22,5	10
<b>Treballs (T)</b>		O1,2,3,4,5	1	15	30
<b>Tutories (Tut)</b>		O1,2,3,4,5	1 ind	5	
<b>Altres (AA)</b>				4	
<b>Avaluació (AV)</b>			1	2	
<b>TOTAL</b>				71	79

O: Objectiu. G: número de grups implicats en l'activitat. HP: hores presencials de l'alumne. HNP: hores no presencials de l'alumne.

## Sistema d'avaluació

Mecanismes d'avaluació	Codificació / descripció-criteris / tipologia TPD	Observacions	O*	Activitat	%*
<b>Assistència i participació (As)</b>			O1,2,3,4,5	Totes les presencials	5%
<b>Taller d'avaluació (TA) (Examen)</b>		Examen escrit obligatori	O1,2,3,4,5	Classes Magistrals	40%
<b>Informe (In) / Treballs (T)</b>				Treball de grup-Pla de Comunicació	20%
<b>Altres (A)</b>	TA: Taller de pràctiques de Gabinet de Comunicació	Pràctic obligatori.Avaluació continuada	O4,5	Pràctiques d'aula	35%
<b>TOTAL</b>					100

O: Objectiu. %: percentatge en la nota final.

## Bibliografia i recursos d'informació

- ACED, C/ARQUES, N/BENÍTEZ, M/LLODRÀ, B i SANAGUSTI, E **Visibilidad. Cómo gestionar la reputación en internet** Barcelona: Ediciones Gestión 2000. Planeta de Agostini, 2009
- ARQUES, N **Aprender comunicación digital** Barcelona: Ediciones Paidós, 2006
- AIRA, T **Els spin doctors. Com mouen els fils els assessors dels líders polítics.** Barcelona: Columna, 2009

- AIRA, T ;CURTO,V.;ROM, J **Comunicació política i d'institucions públiques**. Barcelona: Editorial UOC, 2009
- ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio/ CAMINOS MARCET, José María **Redacción informativa en prensa**. Barcelona: Editorial Ariel, 2009
- DE BONO, E **El pensamiento lateral. Manual de Creatividad**. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 1986
- INSTITUT D'EDICIONS DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA **Manual per a la comunicació d'obres municipals**. Barcelona: Diputació de Barcelona, 1999
- McCOMBS, M: **Estableciendo la agenda**. Barcelona: Paidós Comunicación, 2004
- MOLINA CAÑABATE, J.P **Introducción a la comunicación institucional a través de internet. El tercer sector en la web participativa y otros casos de estudio** Madrid: Editorial Grupo 5, 2011
- COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA **Els gabinets de comunicació Criteris de bones pràctiques professionals** . Barcelona: CPC, 2009
- NOELLE- NEUMANN, E. **La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social**. Barcelona: Paidós, 2003
- PALAU, G **Gabinets de comunicació. Periodistes a l'altra banda**. Barcelona: Editorial Pòrtic, 2003.
- RAMÍREZ, TX **Gabinets de Comunicación. Funciones, Disfunciones e Incidencias** Barcelona: Bosch Comunicación, 1995
- SERRANO,S **El regal de la comunicació**. Barcelona: Ara Llibres, 2008
- VIDAL, I **15 anys de l'ACIAL** (Associació Catalana d'Informadors de l'Administració Local (1981-1996), Esplugues de Llobregat:Associació Catalana d'Informadors de l'Administració Local, 1996
- WESTPHALEN, M.H. / J.L PIÑUEL **La dirección de comunicación**, Madrid: Ediciones del Prado, 1993