

Gabinets de Premsa i Comunicació

Codi: 103121
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501933 Periodisme	OT	4	0

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Maria José Recoder Sellarés
Correu electrònic: MariaJosep.Recoder@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)
Grup íntegre en anglès: No
Grup íntegre en català: Sí
Grup íntegre en espanyol: No

Equip docent

Francisco Baiges Planas
José Manuel Silva Alcalde

Prerequisits

La metodologia docent i l'avaluació proposades poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries. Aquesta guia està pensada per a impartir tota la docència de manera presencial.

En ser una assignatura de quart curs, es dona per descomptat que l'estudiant ha de ser capaç d'expressar-se per escrit i oralment en les llengües pròpies, a més a més de dominar els diferents gèneres periodístics. Ha de tenir iniciativa i capacitat d'aprendre, i ha d'estar al corrent dels temes d'actualitat.

Caldrà que els estudiants consultin el correu electrònic oficial i l'espai obert les Aules Moodle perquè seran eines de comunicació entre el professorat i els estudiants al llarg del semestre.

Objectius

Els principals objectius que es proposa aquesta assignatura són els següents.

- Conèixer la rellevància dels Gabinets de Comunicació per a la difusió de l'activitat que desenvolupen les Organitzacions a l'exterior però també internament per als seus treballadors.
- Conèixer l'estructura estàndard d'un Gabinet de Comunicació, per si se n'ha de crear un o integrar-s'hi per formar part de la plantilla.
- Aprendre els sistemes de difusió de la informació, interna i externa, dels Gabinets de comunicació i dominar-ne les tècniques (redacció, preparació d'actes, creació d'agenda, etc.).
- Saber quins són els elements a tenir en compte per a l'elaboració d'un pla de comunicació.

- Tenir elements de judici per saber gestionar les crisis informatives de la Organització.
- Valorar l'ètica de la comunicació, la deontologia periodística i les relacions professionals entre els Gabinetes de Comunicació i els seus públics.

Competències

- Aplicar l'ètica i la deontologia professionals del periodisme, així com l'ordenació jurídica de la informació.
- Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
- Concebre, planificar i executar projectes periodístics en tot tipus de suports.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar un coneixement adequat de la realitat sociocomunicativa de Catalunya en el context espanyol, europeu i mundial.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps, les elaboracions conceptuals, els marcs i els enfocaments teòrics que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits i subàrees, i adquirir un coneixement sistemàtic de l'estructura dels mitjans de comunicació.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
- Transmetre informació periodística en el llenguatge propi de cada un dels mitjans de comunicació, en les seves formes combinades modernes o en suports digitals, i aplicar els gèneres i els diferents procediments periodístics.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar els processos informatius, així com dels corrents i teories que els formalitzen en el procés de planificació dels gabinets de premsa i de la comunicació institucional.
2. Analitzar les teories sobre la publicitat, les relacions públiques i la comunicació corporativa i institucional.
3. Aplicar la deontologia professional del periodisme a la comunicació estratègica en l'àmbit dels gabinets de premsa i en la comunicació institucional.
4. Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
5. Aplicar les tecnologies i els sistemes utilitzats per processar, elaborar i transmetre informació en el camp de la comunicació estratègica.
6. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
7. Demostrar que coneix com es gesten i difonen les estratègies comunicatives dels actors públics a partir dels principals debats d'actualitat.
8. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
9. Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
10. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
11. Planificar i executar projectes periodístics en l'àmbit dels gabinets de premsa i de la comunicació institucional.
12. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
13. Valorar l'impacte de les innovacions tecnològiques en el funcionament del sistema comunicatiu català i espanyol.

Continguts

1. Del Gabinet de Premsa al Gabinet de Comunicació

- La rellevància de la gestió de la informació per a les Organitzacions

- Definicions
- Funcions i característiques generals dels Gabinetes de premsa i comunicació
- Els principals àmbits d'acció: les empreses, l'Administració i les entitats sense ànim de lucre.
- Història dels Gabinetes de Comunicació

2. Creació i Organització del Gabinet de Comunicació

- Estructura del Gabinet de Comunicació:
 - El director/a de comunicació,
 - L'assessor d'imatge (comunicació verbal i no verbal)
 - Els Departaments especialitzats en premsa, audiovisuals, imatge gràfica i documentació.
- La comunicació interna en la organització
- La comunicació externa: la visibilitat de la organització als mass-media
- Altres formes de gestió de la comunicació

3. La creació del Pla de Comunicació

- El pla de comunicació intern
- El pla de comunicació extern i mitjans de comunicació
- La pla de crisi

4. Les eines de treball dels Gabinetes de Comunicació

- El pla de comunicació intern i extern de la Organització
 - Com s'ha d'elaborar (qui hi participa, a qui va dirigit, com es gestiona...)
 - Quins missatges es volen comunicar
 - Quins temes s'han d'exposar
 - El pla de mitjans de comunicació
- La gestió de les crisis
- L'agenda (relació de persones i mitjans)
- Els canals i mitjans de transmissió de la informació interna i externa
 - Convocatòries
 - Comunicats - notes de premsa
 - Rodes de premsa
 - Declaracions
 - Entrevistes
 - Dossiers informatius
 - Articles d'opinió
 - Publireportatges
 - Web / Intranet
 - Reunions periòdiques internes (membres de la organització) i externes(periodistes)
 - Publicacions pròpies: revistes, memòries, newsletters...
 - Publicitat i Relacions Públiques

5. El Gabinet de Comunicació online: nous reptes, nous horitzons

- La web i la Sala de Premsa Virtual
- Eines per a la comunicació, la producció, l'actualització i l'administració de continguts
- El community manager

6. Codi deontològic i comportament professional en els Gabinetes de comunicació

- Ètica de la comunicació
- Comunicació versus marketing
- Dret a la informació
- Relació entre periodistes dels Gabinetes i periodistes dels mass-media

Aquesta assignatura serà sensible a les qüestions de gènere en el seu desenvolupament general.

Metodologia

La base de la metodologia docent és aconseguir un aprenentatge autònom per part de l'alumnat. Les activitats acadèmiques tutelades per l'equip docent permeten que l'alumnat, amb la seva participació constant i activa, tant a teoria com a les sessions pràctiques i a les tutories, assumeixi les competències indicades per la matèria.

Es farà una exposició detallada a l'aula dels continguts teòrics del temari, que és el que permetrà el desenvolupament de la docència pràctica i l'assoliment de les competències definides per a aquesta matèria.

Les classes magistrals han de propiciar la reflexió i el debat conjunt, i són un element necessari per a fomentar l'autoaprenentatge dels estudiants.

La docència pràctica permet que l'estudiant valori l'evolució del seu aprenentatge i el situa davant la simulació de casos reals. Les pràctiques estan complementades amb les consultes de tutories que tenen l'objectiu bàsic de proporcionar orientació formativa, personal i professional, i especialment orientació per a fer el treballs de grup.

Al llarg del curs, també s'organitzen sortides a gabinets de premsa d'organitzacions concretes i/o conferències d'experts, per a donar a conèixer el funcionament de gabinets de premsa reals. D'aquestes visites o xerrades, se'n poden fer exercicis puntuables.

Per aquesta assignatura, es considera que la part pràctica ha de comptar amb dos tipus d'exercicis. Per una banda, es farà un treball grupal tutoritzat, que es realitzarà fonamentalment en les hores d'estudi de cada estudiant i que haurà de ser exposat oralment davant dels docents i dels companys a l'aula. Per l'altra, es duran a terme uns exercicis individuals que es faran a l'aula durant les sessions de pràctiques o a casa si tenen relació amb visites externes a organitzacions on ens explicaran com funcionen els respectius Gabinetes de Comunicació. Per acabar l'assignatura, es realitzarà una prova de continguts per a conèixer de quina manera l'estudiant ha assolit el coneixement teòric explicat a classe.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura. Aquesta planificació detallada podrà estar subjecte a canvis degut a raons imprevistes i alienes a la voluntat del professorat (per exemple, convocatòria de vagues que afectessin la docència).

En cas de canvi de modalitat docent -semipresencial, virtual- per raons sanitàries, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques, exposicions de l'estudiant, debat, estudi de casos	20	0,8	5, 9, 10
Tipus: Supervisades			
Tutories individuals i en grup	12	0,48	4, 5, 6, 9, 10
Tipus: Autònomes			
Estudi i realització de treballs, prova final	60	2,4	5, 6, 8, 9, 10

Avaluació

En tractar-se d'una assignatura amb avaluació continuada, és obligatòria l'assistència a l'aula i per aprovar l'assignatura és obligatori realitzar totes les proves fixades. L'assignatura consta de les activitats d'avaluació següents:

Activitat A- 20% sobre la qualificació final. Examen: Es una prova teòrica de control de continguts. Hi entraran els continguts teòrics impartits i el material bibliogràfic indicat pels docents.

Activitat B- 35% sobre la qualificació final. Treball de curs. Activitat autònoma grupal amb supervisió dels docents. Creació del Gabinet de Comunicació d'una Organització que no en tingui i/o auditoria d'un Gabinet de Comunicació ja existent. El professorat proporcionarà les característiques a tenir en compte per a la tria de la organització, que haurà de ser acceptada pels docents. El 10% de la qualificació correspondrà a la presentació oral davant dels docents i dels estudiants. El 25% de la qualificació serà per al contingut escrit del treball.

Activitat C- 40% sobre la qualificació final. Exercicis pràctics, habitualment individuals. De 5 a 7 proves a l'aula, dirigides i supervisades. Cada prova valdrà entre el 5 i el 10% en funció de la seva dificultat i serà explicat al document de Planificació docent de l'assignatura, on també s'indica el calendari detallat de les activitats a realitzar al llarg del semestre i que es penja a l'Aula Moodle a l'inici del semestre.

Activitat D- 5% sobre la qualificació final. Proves de control de coneixements a l'aula de teoria, sense previ avís, a partir del que s'hagi explicat a la sessió. Pot fer-se un debat o respondre o reflexionar sobre una qüestió presentada a l'aula tan presencialment com virtualment a partir del Forum del Campus virtual.

Per a aprovar l'assignatura i fer la nota mitjana proporcional, cadascuna de les parts haurà de ser aprovada (mínim de 5 punts sobre 10 a cadascun dels 4 blocs d'activitats). El resultat serà:

$A (20\%) + B (35\%) + C (40\%) + D (5\%) = 100\%$ nota final de l'assignatura.

Sistema de Recuperació:

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

Atès que l'assignatura té un sistema d'avaluació contínua, les activitats que queden excloses del procés de recuperació són la B (treball de curs) i la C (exercicis individuals). De tota manera, en el cas que algun

estudiant no hagués pogut realitzar un exercici pràctic (activitat C) per causa de força major justificada, se li posarà una prova de recuperació específica en la data de recuperació de l'activitat A, en dia i hora marcada pel professorat i anunciada a la planificació docent que es trobarà a les Aules Moodle.

Segona Matricula:

En cas de segona matrícula, l'alumnat podrà fer una única prova de síntesi, que consistirà en la realització d'un exercici pràctic on haurà de demostrar els seus coneixements teòrics i pràctics de l'assignatura. La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova de síntesi. L'estudiant que es pugui acollir a aquesta modalitat i vulgui fer-ho, ho haurà de comunicar a la docent responsable en les tres primeres setmanes del curs.

Plagi

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat...), es qualificarà amb 0 aquesta activitat d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Activitat autònoma grupal	35%	35	1,4	1, 2, 3, 4, 6, 10, 12
Control de coneixements	20 %	3	0,12	1, 6, 8, 9, 13
Proves individuals	40%	18	0,72	1, 3, 4, 5, 6, 8, 11, 13
Proves sobre classes de teoria	5%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 12

Bibliografia

1. Bibliografia

Es donarà una bibliografia complementària en començar el semestre on hi figuraran recursos electrònics degudament actualitzats. Igualment, a les classes de teoria i de pràctica s'indicarà quines són les lectures recomanades per a cadascun dels temes que estan inclosos a la Guia docent.

Llibres

Almansa Martínez, Ana. Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación: la dirección de comunicación en la actualidad. Sevilla; Zamora: Comunicación Social, 2011.

Amado, Adriana. La prensa de la prensa: periodismo y relaciones públicas en la información. Buenos Aires, Biblos, 2016

Berceruelo, Benito. (2014). Nueva Comunicación Interna en la empresa. Madrid: Estudio de Comunicación.

Buil, Pilar. Dircom. Comunicar para transformar: conversaciones con los directores de comunicación de las mejores marcas españolas. Madrid: Pirámide, 2015

Campo, Carlos J. Periodismo de marcas. Barcelona: Editorial UOC, 2015. 274 p

Castillo, Antonio. Comunicación de crisis 2.0. Madrid: Fragua, 2015

Cervera Fantoni, Angel Luis. Comunicación total. Pozuelo de Alarcón: ESIC, 2015. (Libros profesionales de empresa)

Cierva, Yago de la. Comunicar en aguas turbulentas: un enfoque ético para la comunicación de crisis. Barañain (Navarra): Eunsa, 2015

De-las-Heras-Pedrosa, Carlos; Ruiz-Mora, Isabel; Paniagua-Rojano, Francisco-Javier (2018). Gestión de la comunicación en las instituciones. Madrid: Pearson. ISBN: 978 1787268616

Díaz Soloaga, Paloma. Comunicación y Gestión de marcas de moda. Barcelona: Gustavo Gili, 2014.

Espinós, David. Dar la cara es la clave: cómo comunicar sin miedo en situaciones de crisis. Barcelona: Editorial UOC | 2018-

Fernández Asenjo, Gerardo. Gabinetes de comunicación en mínimos: todos los porqués sobre las funciones y disfunciones de los gabinetes pequeños y con pocos recursos. Madrid: Fragua, DL 2010.

López Menacho, Javier. SOS. 25 casos para superar una crisis de reputación digital. Barcelona: UOC, 2018

Losada, José Carlos. Comunicación en la gestión de crisis. Lecciones prácticas. Barcelona: UOC, 2010.

Losada, José Carlos. [\(No\) crisis : comunicación de crisis en un mundo conectado](#) . 2018-04

Matilla, Kathy (ed). Joan Cuenca, Guillem Marca, Andrea Oliveira dos Santos. Cómo hacer un plan estratégico de comunicación. Llibre en línia. Barcelona: Editorial UOC, 2018.

Pont Sorribes, Carles. Comunicar las emergencias. Actores, protocolos y nuevastecnologías. Barcelona: Editorial UOC, 2013.

Río Martínez,Miguel del. Manual para comunicar bien: ¿vas a publicar lo que te he enviado? [Santander] : Gonpat, DL 2008.

Rodríguez Guillén, David. La Comunicación en los gabinetes de comunicación en la Unión Europea en el siglo XXI [Recurs electrònic] : el uso de las TICs. 2013

Slade, Diana (ed). Communicating in Hospital Emergency Departments. Aarhus: Springer, 2015.

Túñez, Miguel. La gestión de la comunicación en las organizaciones. Sebilla: Comunicación Social, 2012. (Periodística, 46)

Ullod, Ana (coor).Relaciones públicas y gabinetes de comunicación. Valencia: Tirant Humanidades, 2014

- Articles científics

Almansa, Martínez, Ana. "Historia de los Gabinetes de comunicación en España". A: Revista Historia y Comunicación Social, 9, 2004. P. 5-21.

Arriscado, Paula; Campos, Rosa María; Martínez Solana, Yolanda. "Implicaciones de la asesoría de prensa para la definición del posicionamiento de marca: Implications of the press office for the definition of branding". En: *Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication*. 2015 6:99-107

Bellón Rodríguez, Ana. "Gabinetes de comunicación del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación: el puente que cruza la I+D para llegar a los medios". En: *Communication Papers*; Vol. 7, Núm. 13, 2018; p. 237-252

Carrillo-Durán, María-Victoria (2016). "Importancia del profesional de la información en la dirección de comunicación de las organizaciones". *El profesional de la información*, v. 25, n. 2, pp. 272-278.
<https://doi.org/10.3145/epi.2016.mar.14>

Cobos, Enrique; Recoder, Maria José. "La imagen de la energía nuclear en la prensa española de proximidad: ¿Son los medios de comunicación un stakeholder relevante para el sector atómico?". En: *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 2019, n.61, p. 31-53.

Cobos, Enrique; Recoder, Maria José. "Modelo de análisis web para centrales nucleares: estudio del caso de España". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2019, vol. 25, n.2, p.727-745.

Cobos, Enrique; Recoder, Maria José. "La comunicación de crisis en el sector atómico: protocolo, características y recomendaciones en eventos nucleares". *Revista Española de Comunicación en Salud (RECS)*, 2019. Suplemento. P. S19-S29.

Cobos Urbina, Enrique (2021) "Social Media : useful for high-risk industries? A study of nuclear energy in Spain". *Comunicación y sociedad = Communication & Society*. 2021 34(1):143-154.
<https://dialnet-unirioja-es.ares.uab.cat/servlet/catart?codigo=7719496>

Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *El Profesional de la información*, 2020, v. 29, n. 3. e-ISSN: 1699-2407 13 <https://doi.org/10.1108/03090560810903664>

Cristófol Rodríguez, Carmen. "Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación: La dirección de comunicación en la actualidad". En: *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 2014, Vol.13 (25), pp.193-194

Cuenca, Joan; Matilla, Kathy; PKujol. Marc. [Transformación digital de las agencias de relaciones públicas y comunicación españolas](#). *El profesional de la información*, 2020.

Durántez- Stolle, Patricia. "Interacción y participación en salas de prensa virtuales de las empresas del Ibex 35. Interactive and participatory elements in the virtual press rooms of IBEX 35 companies". En: *El Profesional de la Información*, Marzo, 2017

Francàs Guillén, Berta; Ginesta Portet, Xavier. "Gabinets de comunicació i rutines professionals a les organitzacions del tercer sector. Anàlisi comparada entre cinc entitats d'acció social arrelades a les capitals de comarca de la Catalunya Central". *Ausa*; Vol. 28, Núm. 180 (2017); p. 491-511.

García-Latorre, Florencio Jesús; Aibar-Remón, Carlos; Gobantes-Bilbao, Maite. "La comunicación institucional de contenidos sanitarios mediante notas de prensa y su reflejo en la prensa diaria. El caso de Aragón". En: *Revista Española de Comunicación en Salud* (ene-jun 2017); 8(1): 38-53. (16p)

García Torres, María. "Propuesta de un modelo de comunicación para proyectos culturales a través de gabinetes de prensa: Proposal for a communication strategy for cultural projects via press offices". En: *Culturas: Revista de Gestión Cultural*. 20163 (1):75-96

González Molina, Sonia. "El uso de Twitter en el entorno del Periodismo Institucional 2.0: estrategias cross-media y diálogo informativo". En: *Icono14*, 2013, Vol.11 (2), p.

Ingelmo, M. (2015). Utilización de las nuevas tecnologías en comunicación interna. Análisis del uso de los Social Media en la comunicación interna de las empresas españolas. Valladolid: Universidad de Valladolid.

Martínez Solana, Maria Yolanda, & Túnñez-López, José Miguel. (2021). La gestión de la comunicación de crisis en las organizaciones. Efectos de la entropía en el caso BBVA-Villarejo. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 26(50). <https://doi.org/10.1387/zer.22074>

Martínez-Vallvey, Fernando; Mellado-Segado, Andrés; Jesús Hernández-Tristán, Mateo. "Comunicación institucional y relaciones informativas. El caso de la administración cultural en Andalucía. Institutional communication and informational relations. The case of the cultural administration in Andalusia." En: *Revista Internacional de Relaciones Públicas*. 2017, Vol. 7 Issue 13, p23-40. 18p.

Méndez Nieto, Antonio; Paniagua Rojano, Francisco Javier; León Gross, Teodoro. "La información gubernamental en las páginas de apertura de sección en la prensa de referencia. Government information in the opening pages of the press section in reference". En: Historia y Comunicación Social; 2018, Vol. 23 Issue 1, p185-196, 12p

Miquel-Segarra, Susana; Aced, Cristina (2019). "El perfil de los responsables de comunicación interna en España". Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, v. 6, n. 11, pp. 99-118. <http://revistaeic.eu/index.php/raeic/article/view/184>

Olabe Sánchez, Fernando. "El gabinete de Comunicación como impulsor de la gestión comunicativa de los clubes de fútbol" En: Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication, 2015, Vol.6, pp.83-104

Regadera González, Elisa; González Luis, Hildegart; Paricio Esteban, Pilar. "Los medios en la gestión de la comunicación de las ONG en tiempos de crisis: oportunidades para el cambio social. The media in communication management of NGO in times of crisis: opportunities for social change". En: Observatorio (OBS*). 2018, Vol. 12 Issue 3, p83-105. 23p.

Sheptunov, Sergey A.; Karlova, Tatyana V.; Vorobjev, Ivan V.; Barashkova, Anastasia L. "Successful press service for science: Conditions and methods". 2017 International Conference "Quality Management, Transport and Information Security, Information Technologies" (IT&QM&IS) p. 279-281 Sep, 2017

Programari

No cal cap programari especial. Només Word pel lliurament dels treballs.