



**Escuela de Doctorado
y Estudios de Posgrado**
Universidad de La Laguna

El Protocolo como elemento comunicativo en la política electoral de Canarias

ADRIÁN MELIÁN CASAÑAS

Universidad de La Laguna

Master en Innovación Comunicativa en las Organizaciones

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

DIRIGIDO POR: DRA. CARMEN MARÍA RODRÍGUEZ WANGUEMERT

En Santa Cruz de Tenerife, a 7 de julio de 2023

Agradecimientos

A mis abuelos, Pa y Ma, siempre les recordaré y amaré,
han sido y serán la esencia de mi vida.

A mis padres, por ser las velas de mi barco
ayudándome a avanzar siempre.

A Anabel, mi hermana, amiga y mástil de vida,
gracias por acompañarme.

A José David, porque no hay mejor compañero para
navegar por aguas bravas y mares en calma.

A Miriam y Beatriz, mis grandes amigas del Protocolo:
juntos siempre seremos fantásticos.

A todas las personas que han participado en este proyecto,
especialmente a las entrevistadas y a mi tutora.

A las personas que aman el Protocolo y que este trabajo
les puede ayudar en algún momento: gracias.

A mi “tierra canaria”.

Resumen

El Protocolo es aquel conjunto de normas y costumbres que designan cómo deben ser los actos oficiales, ceremonias, solemnidades y eventos en general. Actualmente, se ve el Protocolo como una herramienta obsoleta, pero se demuestra con este Trabajo Fin de Máster, que el Protocolo funciona como instrumento necesario de comunicación para cualquier organización, pero más concretamente para los partidos políticos. El Protocolo, la simbología y la escenografía de los eventos políticos son el eje de análisis de esta investigación, donde se asocia como elementos fundamentales de la Comunicación Política ya que con ellos se puede persuadir, generar sentimiento de pertenencia y así cumplir el objetivo de conseguir el voto por parte del electorado. En el presente proyecto, se muestra cómo los partidos políticos de la Comunidad Autónoma de Canarias, han considerado, en la última campaña electoral, la importancia del Protocolo como un intangible de la comunicación política.

Palabras claves: Protocolo; Símbolos; Comunicación; Política; Canarias.

Abstract

The Protocol is the set of rules and customs that dictate how official acts, ceremonies, solemnities, and events in general should be conducted. Currently, Protocol is seen as an obsolete tool, but this Master's Thesis demonstrates that Protocol functions as a necessary communication instrument for any organization, particularly for political parties. Protocol, symbology, and scenography of political events are the focal points of this research, associating them as fundamental elements of Political Communication, as they can persuade, generate a sense of belonging, and ultimately fulfill the objective of obtaining votes from the electorate. This project showcases how political parties in the Autonomous Community of the Canary Islands have considered the importance of Protocol as an intangible aspect of political communication in the latest electoral campaign.

Keywords: Protocol; Symbols; Communication; Politics; Canary Islands.

Índice de contenido

1. Introducción y justificación	9
2. Objetivos.....	11
3. Metodología.....	12
4. Marco teórico.....	14
4.1. Contexto Normativo.	25
4.2. Contexto Histórico.....	31
4.2.1. Historia del Himno de Canarias.....	31
4.2.2. Historia del Escudo de Canarias	32
4.2.3. Historia de la Bandera de Canarias.....	37
5. Análisis y resultados	47
5.1. Análisis de las entrevistas.....	47
5.1.1. Entrevistas a expertos en Comunicación Política y Protocolo.	47
5.1.2. Entrevistas a trabajadores en Comunicación Política a nivel autonómico.	49
5.2. Análisis de los actos políticos.....	52
5.2.1. Actos del Partido Socialista Obrero Español de Canarias.	52
5.2.2. Actos de Coalición Canaria.	60
5.2.3. Actos del Partido Popular de Canarias.	68
5.3. Resultados.....	77
6. Conclusiones.....	81
7. Bibliografía.....	87
Anexos.....	93
Anexo 1: Línea temporal de la historia del himno de Canarias.....	93
Anexo 2: Línea temporal de la historia del escudo de Canarias.....	94
Anexo 3: Línea temporal de la historia de la bandera de Canarias	95

Anexo 4: Guion para las entrevistas a expertos en Comunicación Política y Protocolo	96
Anexo 5: Transcripción de la entrevista a la Señora Rubio (experta)	97
Anexo 6: Transcripción de la entrevista a la señora Lorente (experta)	99
Anexo 7: Guion para las entrevistas a trabajadores en áreas de comunicación de partidos políticos en Canarias.....	102
Anexo 8: Transcripción de la entrevista a la Señora Reverón (PSOE)	103
Anexo 9: Transcripción de la entrevista a la Señora Cervino (Coalición Canaria)..	107
Anexo 10: Transcripción de la entrevista al Señor Romero (PP).....	111

Índice de figuras

Figura 1: Tamaños de la bandera de España.....	28
Figura 2: El Señor Torres llegando a La Graciosa.....	53
Figura 3: La silueta de La Palma en actos del PSOE	54
Figura 4: La silueta de El Hierro en actos del PSOE	54
Figura 5: El Señor Torres y la rosa roja	55
Figura 6: Regalando rosas rojas.....	55
Figura 7: Detalle de los cubos 3D del PSOE.....	56
Figura 8: Detalle camisas y bandera PSOE	56
Figura 9: Imagen de uno de los escenarios de un acto del PSOE.....	57
Figura 10: El candidato socialista solo en la escena.....	57
Figura 11: El candidato socialista arropado en la escena	58
Figura 12: Detalle del paisaje de las pantallas.....	59
Figura 13: Detalle letras 3D con el nombre de la isla	59
Figura 14: Tenis con el logo del Coalición Canaria	60
Figura 15: Tenis con los colores de Coalición Canaria	61
Figura 16: Tarima central rodeada de público en un acto de Coalición Canaria.....	61
Figura 17: Bandera de las 7 estrellas verde	62
Figura 18: Bandera de las 7 estrellas verde en el suelo	62
Figura 19: Bandera con el logotipo de Coalición Canaria.....	63
Figura 20: Banderas con los colores de la insignia de Canarias y las 7 estrellas verde .	63

Figura 21: Ejemplo de escena con pantalla en un acto de Coalición Canaria	64
Figura 22: Ejemplo de escena con lona en un acto de Coalición Canaria.....	64
Figura 23: Detalle de las luces con los colores de la bandera de Canarias en un acto de Coalición Canaria	65
Figura 24: Acto al aire libre de Coalición Canaria	65
Figura 25: Roll-up de Coalición Canaria con la silueta de La Palma.....	66
Figura 26: El Señor Clavijo delante del volcán de La Palma.....	67
Figura 27: Candidato de Coalición Canaria de San Cristóbal de La Laguna, mostrando su camisa con verbos	68
Figura 28: El Señor Domínguez con la ciudadanía	69
Figura 29: Banderas institucionales en un mitin	69
Figura 30: Acto del PP con banderas de España.....	70
Figura 31: Acto del PP con banderas del logotipo del partido	70
Figura 32: Letras 3D del Partido Popular.....	71
Figura 33: Pantallas con paisajes de Canarias durante un acto del PP	71
Figura 34: Un acto al aire libre del Partido Popular	72
Figura 35: Acto en Los Llanos de Aridane, con la cruz como protagonista, en un acto del PP	72
Figura 36: Acto del PP el candidato arropado y cubos 3D con el logotipo	73
Figura 37: Detalle de las luces azules y blancas en un acto del Partido Popular	73
Figura 38: Participación del Señor Domínguez en un encuentro político en Tiempo de Canarias	74

Figura 39: Reunión entre la Asociación de Agricultores y Ganaderos de Canarias y el Partido Popular	74
Figura 40: Evento del PP para jóvenes	75
Figura 41: Candidatos al Parlamento de Canarias por el PP frente a la Presidencia del Gobierno	75
Figura 42: Acto previo al inicio de campaña del PP.....	76
Figura 43: Acto cierre de campaña del Partido Popular	76

1. Introducción y justificación

Los símbolos no tienen significado en sí mismos, sino que las personas son las que dan valor y representación a esos objetos, en un proceso que los convierte en parte esencial de la comunicación. El Protocolo es el instrumento que se utiliza para que los símbolos sean tratados de la manera más eficaz, siendo una herramienta de comunicación imprescindible.

Este Trabajo Final de Máster pretende mostrar la perspectiva del Protocolo desde el punto de vista comunicacional en las Islas Canarias, en el ámbito de los partidos políticos. Para ello, esta investigación estudia desde un punto de vista global qué es la Comunicación Política y el Protocolo, pero, además analiza los antecedentes históricos de cada uno de estos símbolos. Se centra en los actos realizados por los tres grupos políticos con mayor representación en el Parlamento de Canarias y sus eventos de campaña coincidiendo con las elecciones del 28 de mayo de 2023.

Igualmente, el presente Trabajo de Fin de Máster implementa una anterior investigación sobre Protocolo dado que, parte del contenido se ha trabajado como una continuación del análisis de la simbología oficial en Canarias que se realizó para el Trabajo Final de Grado de Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales de la Universidad Miguel Hernández y el Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo.

El Protocolo es un elemento vivo que, gracias a las distintas maneras de comprender la normativa, se puede amoldar a lo que se necesite transmitir en un acto o ceremonia concreta. Comunicar con el Protocolo es el marco conceptual de este Trabajo de Fin de Máster, el cual nace desde la necesidad de conocer cómo los distintos grupos políticos que se encuentran en la Comunidad Autónoma de Canarias hacen uso de esta herramienta, pero también, con la misión de esclarecer si los partidos políticos del archipiélago tratan al Protocolo desde una perspectiva comunicativa y normativa. Aportar un análisis con entrevistas a expertos y trabajadores en activos en la Comunicación Política de diferentes partidos, así como una investigación de los diferentes actos que se han podido observar durante la campaña del 28M.

En las siguientes líneas se pretende demostrar cuáles son las técnicas de comunicación basadas en el Protocolo, la simbología y los actos que utilizan desde la política. Además, se pretende aportar a los partidos políticos de las islas las mejores propuestas desde la comunicación para el más eficaz uso de los símbolos correctamente y que, de igual forma, impliquen una acción de comunicación concreta, en todos los actos organizados. Este es un aspecto innovador en las islas porque, quizás, no se trate los símbolos con el mayor de los respetos ni de una manera correcta. Pero más innovador aún, cuando se pretende tratar la simbología y el Protocolo desde una perspectiva más política en Canarias. El análisis se enfoca en la red social *Instagram* durante la campaña electoral de mayo 2023.

Igualmente, las conclusiones que se extraigan en este trabajo se podrán extrapolar a los diferentes partidos políticos del resto de las Comunidades Autónomas de España y servir de modelo de referencia para poder trabajar la comunicación de la mano del Protocolo. Ayudando, también, a que las personas responsables de las comunicaciones valoren la importancia del Protocolo como una herramienta imprescindible y fundamental para la transmisión de la identidad e imagen de las propias organizaciones.

A la par, se mostrará un breve resumen de la aparición de la bandera oficial de Canarias y la bandera de “las siete estrellas” de donde surgen los actuales usos y empleo de ambos símbolos, también se enseñará las normativas que engloban el himno de la Comunidad Autónoma y el escudo del archipiélago canario. Esto ayudará a comprender el Protocolo y la simbología presente en los actos de los tres partidos políticos analizados. Todo ello lleva a la pregunta general del Trabajo Final de Máster: ¿Los partidos políticos hacen un buen uso del Protocolo como elemento comunicativo?

2. Objetivos

El objetivo principal de esta investigación es justificar y conocer qué elementos del Protocolo utilizan los diferentes partidos políticos en Canarias, poniendo el foco de atención a los eventos políticos que realizan y los elementos simbólicos que utilizan durante la campaña de las elecciones locales y autonómicas del 28 de mayo de 2023.

Igualmente, este Trabajo Final de Master persigue los siguientes objetivos específicos:

- Implementar el marco teórico basado en la Comunicación Política, el Protocolo y la simbología e indagar en los diferentes aspectos normativos en torno a la Comunicación Política y el Protocolo, centrándose en el ámbito autonómico canario.
- Estudiar los elementos del Protocolo más reseñables de Canarias, como son el himno, el escudo y la bandera del archipiélago e identificar su historia.
- Comparar la opinión de expertos en Comunicación Política y Protocolo y trabajadores en activos en las áreas de comunicación de diferentes partidos políticos en las islas.
- Analizar los actos realizados por los partidos políticos durante la campaña de las elecciones del 28 de mayo de 2023 del Partido Socialista Obrero Español, Coalición Canaria y Partido Popular, centrándose en la simbología y los actos que se informan a través de las redes sociales de los distintos partidos políticos analizados.

3. Metodología

Para el desarrollo de esta investigación se han combinado un conjunto de métodos destinados a la recopilación de información que nos permita lograr el objetivo de conocer el Protocolo y conocer los elementos de este que utilizan los diferentes partidos políticos en la campaña política del 28 de mayo de 2023 de ámbito regional en Canarias.

Para ello se ha realizado una fase exploratoria basada en la búsqueda de información a partir de informes, libros, artículos o estudios de referencias que estuvieran centrados en la comunicación, la Comunicación Política, el Protocolo y la simbología. Igualmente, se realiza una recopilación y repaso por las diferentes normativas que giran en torno a estas temáticas, centrándose en la legislación autonómica de las islas. En ese proceso, se analiza la historia de los símbolos oficiales de Canarias (himno, escudo y bandera) para dar contexto y así comprender los significados de elementos como la bandera de las siete estrellas verdes tan utilizada en los actos de índole política y social en las islas.

En la siguiente fase de investigación recurrimos a la metodología cualitativa, centrada por una parte en entrevistas a expertos y por otra a aplicar un análisis de los actos de campaña de tres partidos políticos. Todas las entrevistas se realizaron por correo electrónico, previo contacto telefónico para explicar de qué versaba la investigación y sobre qué trataba la entrevista.

En la primera parte se selecciona a cinco personas para la realización de las entrevistas: dos de ellas son expertas en Comunicación Política y Protocolo. La primera es la Doctora en Comunicación Política y Protocolo Doña Diana Rubio Calero que creó un manual de Protocolo para partidos políticos y Doña Mirian Lorente Gil protocolista y ha participado en varias campañas políticas a nivel nacional. Con respecto a las otras tres personas se han seleccionado en relación con los partidos políticos que se han analizado. Es decir, se ha escogido a los tres partidos mayoritarios con representación institucional y mayor número de escaños en el Parlamento de Canarias: Partido Socialista Obrero Español, Coalición Canaria y Partido Popular. Por lo que se han seleccionado a tres personas que trabajen en el área de comunicación de cada uno de esos partidos políticos para la realización de las entrevistas.

La segunda fase de la investigación cualitativa, se refiere al análisis de los tres partidos políticos, que como se han comentado anteriormente se han seleccionado atendiendo al mayor número de representación en el hemiciclo canario.

El ámbito temporal del estudio ha sido la campaña electoral realizada con motivo de las elecciones celebradas el 28 de mayo de 2023, con lo que se realiza un estudio centrado en las imágenes y vídeos subidos a los perfiles del partido a nivel regional de la red social de *Instagram*. Para ello se tiene en cuenta prestar especial interés a los siguientes detalles:

- Elementos de Protocolo: ¿se pueden apreciar en los actos algún elemento reseñable de esta herramienta?
- Simbología: ¿qué elementos simbólicos hay presentes? ¿se aprecia simbología oficial?
- Escenografía: ¿cómo es la puesta en escena? ¿en qué espacios se celebran? ¿quiénes son los que actúan y quiénes son los protagonistas?

Todo esto nos lleva a una fase prospectiva donde se verá qué tipo de comunicación y mensajes se ven en las imágenes de los actos y se desarrollarán las conclusiones y así conocer cómo y en qué medida el Protocolo afecta como elemento comunicativo en los partidos políticos en las islas Canarias.

4. Marco teórico

La Comunicación Política es un concepto amplio que, con el paso de los años, se ha ido construyendo teóricamente y ha ido incorporando numerosos términos que se corresponden con actividades comunicativas que se desarrollan en el ámbito de las estrategias comunicativas del ámbito público de las sociedades. Entre ellos, podría enumerarse el marketing electoral, marketing político, propaganda, relaciones públicas políticas o comunicación institucional política, que es todo un glosario de términos que tienen diferenciaciones clases de actuación pero que a menudo se unifican o se concentran en el genérico de Comunicación Política. Es decir, este término aglutina a varias acciones, prácticas, significados y herramientas de los procesos de comunicación social dedicados al ámbito político que no han sido aún abordados o investigados académicamente en su totalidad.

Con el presente Trabajo de Fin de Máster (TFM) se pretende un acercamiento a una de las parcelas concretas de la Comunicación Política, como es el Protocolo y, aún más concretamente, analizar el uso de la simbología. El objetivo general de nuestra propuesta se centra en responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿tiene el Protocolo y la simbología repercusión en la Comunicación Política?

Para Canel (2006), terminológica de Comunicación Política ha venido provocada por el “rápido desarrollo que los medios de comunicación tuvieron durante el siglo XX”, y señala, en ese sentido, que los medios de comunicación merecen calificaciones como “agentes políticos, grupos de interés, grupos de presión o miembros de la élite política” (2006: 17).

Para la Real Academia Española (s.f.) la política es el “arte, doctrina u opinión referente al gobierno de los Estados”, además de aquella “actividad de quienes rigen o aspiran a regir los asuntos públicos.” En definitiva, la política hace referencia a un arte, a una forma de poner en práctica el conocimiento fundamentado en unos principios, a tomar decisiones ejecutadas en planes de acción y, además, ser flexibles al cambio.

Destaca la idea de que las medidas políticas implican la obligación de la toma de decisiones. Esto es, se apunta a que “es el gobierno o la dirección y pastoreo de las

personas, las medidas políticas tienen unas consecuencias que son vinculantes” (Canel, 2006: 18).

El mismo autor realiza una clasificación para dar una definición de la Comunicación Política en tres grupos diferentes:

Autores que creen en la teoría política y jurídica de los medios de comunicación y no conceden a esta materia un lugar propio como área de investigación.

Autores que consideran la política como comunicación basada en la transacción de símbolos entre los miembros de una misma comunidad y lo perciben como realidades que necesitan del intercambio de mensajes basado en la propia comunicación. Este grupo da como resultado la teoría política de la comunicación.

En el tercer grupo se sitúan los autores que consideran que política y comunicación no siempre deben ir de la mano, sino que existe entre los dos términos un terreno común, un espacio propio independiente. Estos autores consideran necesaria la creación de la teoría de la Comunicación Política. (Canel, 2006: 12)

La política hace referencia a un objetivo para el bien público, que se apoya en el poder que viene legitimado por el pueblo y que puede implicar conflictos según las diferentes posiciones y toma de decisiones a las que se debe enfrentar.

Las investigaciones académicas sitúan los orígenes del término de Comunicación Política en los años cincuenta, más concretamente por Eulau, Eldersveld y Janowitz (1956) que definieron la Comunicación Política en su libro *Political Behavior* como “uno de los tres procesos de intervención por medio del cual se movilizan y transmiten las influencias políticas entre unas instituciones gubernamentales formales y el ciudadano-votante”.

Tras aparecer esta primera definición y ante el auge de este campo empezaron a surgir nuevas versiones del concepto:

“Actividad comunicativa considerada política en virtud de las consecuencias tanto actuales como potenciales que tienen en el funcionamiento del sistema político.” (Fagen, 1996: 20).

Arora y Laswell (1969) la definen como “símbolos políticos más sobresalientes en la élite de la prensa.” Para Chafee (1975: 15) es el “papel de la comunicación en el proceso político.”

Para Blake y Haroldsen (1975:44) es la “comunicación con efectos actuales o potenciales en el funcionamiento de un estado político o de una entidad.”

Como la “actividad comunicativa considerada política en virtud de sus consecuencias actuales o potenciales en la regulación de la conducta humana, cuando ésta se encuentra en condiciones de conflicto” la define Nimmo (1978: 4)

“Cualquier intercambio de símbolo y mensaje que está condicionado por el sistema político y que, a su vez influye en éste.” (Meadow, 1980)

Trent y Friedenberga la definen como “imágenes que ayudan a que el pueblo recuerde que se vota, que se controla al gobierno o que la constitución funciona.” (Guevara Castillo, 2009)

Todas estas definiciones hacen referencia a un carácter comunicativo, mediante un intercambio no solo de mensajes, sino de símbolos. Además, todas coinciden en el carácter político y su funcionamiento, donde conjuntamente, se puede concluir que, a pesar de sus diferencias, la Comunicación Política depende de cuando la comunicación influye en la política.

Pero también es cierto lo que afirma Canel (2006) que los anteriores términos no tienen en cuenta “la participación en la Comunicación Política de otros autores como ONG, asociaciones profesionales, un grupo empresarial de medios de comunicación o, sin más, a los ciudadanos” solo contemplan a aquellos que ostentan el poder o aspiran a ello. Asimismo, solo se tienen en cuenta los mensajes elaborados de forma estratégica y no los que de forma no intencionada pueden provocar reacciones en los receptores.

En 1995 Federico Rey, consensuaba dos definiciones que se complementaban entre sí: la política la definía como “todo lo que forma parte de un proceso en el que se llevan a cabo cambios deliberados en las normas que regulan las relaciones entre personas” y comunicación como la “transmisión de signos, señales o símbolos de cualquier clase entre personas, un espacio de intercambio de hechos y opiniones entre los seres humanos”.

Donde finalmente las aunaba versando que la Comunicación Política es “una categoría que abarca parte de todas las actividades persuasivas que se realizan en el espacio público.”

Wolton (1998) explica que esta disciplina es como el “espacio donde se intercambian discursos contradictorios de los actores con legitimidad para expresarse públicamente sobre política, siendo estos actores políticos, periodismo y opinión pública.”

Y ya, en el siglo XXI se puede observar la enunciación de Gina Sibaja (2012) donde expresa que la “Comunicación Política puede ser entendida como el proceso de gestión de la visibilidad del ejercicio del poder de quienes lo ejercen, lo aspiran, lo respaldan o lo adversan, a través de la transmisión de mensajes preestablecidos con anterioridad” o, Rubio Calero (2017) que define a la Comunicación Política como:

El intercambio de símbolos y mensajes previamente establecidos a través de una estrategia entre diferentes actores con el fin de influir en ellos y mantener o conseguir sus objetivos políticos de poder y mandato dentro de una sociedad democrática establecida, bajo la normativa existente en la misma. (Rubio Calero, 2017)

Capriotti (1999) explica, en lo que se refiere a la comunicación en las organizaciones, que todo comunica dentro de una organización:

Toda la actividad cotidiana de la empresa, desde sus productos y servicios hasta el comportamiento de sus miembros, son aspectos que “dicen” cosas sobre la organización, que comunican cómo es la empresa, y por lo tanto, todos esos aspectos deben ser cuidados y planificados, para que sean coherentes con todos los mensajes promocionales de la compañía. Es decir, cada manifestación de la entidad, sea ésta de carácter conductual o comunicativo, puede ser considerada como un elemento de información para los individuos receptores. (Capriotti, 1999)

Se puede definir la Comunicación Política, tomando como referencia sus características, como el intercambio de símbolos y mensajes previamente establecidos a través de una estrategia entre diferentes actores con el fin de influir en ellos y mantener o conseguir sus objetivos políticos de poder y mandato dentro de una sociedad democrática establecida, bajo la normativa existente en la misma.

La Comunicación Política va en busca de la persuasión de un determinado receptor al que se va a dirigir como un medio que permita alcanzar o mantener el poder. Por lo que se podría entender que persuasión y poder son dos conceptos claves en la Comunicación Política. Igualmente, se puede afirmar que los agentes emisores y receptores de esta comunicación son los partidos políticos, los líderes políticos de los partidos, los medios de comunicación que generan la opinión publicada y la ciudadanía que son los emisores de opinión pública.

En las últimas décadas, y gracias a un contexto digital, la Comunicación Política ha experimentado un fuerte cambio debido a los avances tecnológicos. La aparición de las redes sociales ha impulsado la creación de nuevos espacios para la comunicación rompiendo, de esta manera, el monopolio de campo periodístico, que ha cedido a los ciudadanos un papel protagonista dentro de los procesos de la comunicación (McNair, 2006). De esa forma, los públicos ya no solo consumen información, sino que cuentan con la capacidad para crear, consumir y distribuir sus propios contenidos, haciéndoles participe en la Comunicación Política (Marcos García, 2018). En este contexto digital, las relaciones de poder cambian, ya no solo las entidades políticas y mediáticas, sino también cualquier organización conformada por la sociedad (Castells, 2009).

En los últimos años *Instagram* se ha posicionado como una de las redes más importantes para compartir contenido visual, siendo además la plataforma más empleada, ya que alcanzó los 2.000 millones de usuarios activos, según el *Informe Digital 2023* realizado por *We Are Social*.

Frente a otras redes sociales como *Twitter* o *Facebook*, *Instagram* se plantea como un medio social especialmente visual. Esto permite que las personas usuarias no solo puedan saber lo que dicen los partidos políticos, sino también pueden verlos y conocer su imagen. *Instagram*, por tanto, se podría decir que es la red social de la personalización de la política, centrada en crear material audiovisual.

Hay que señalar, que la Comunicación Política es un área de conocimiento que está en proceso de profesionalización, donde han aparecido asociaciones que aglutinan a los profesionales de la Comunicación Política, grupo de investigación científica y asignaturas en determinadas formaciones. La asociación más relevante que agrupa a los profesionales

de este sector en España y con conexiones en Iberoamérica es la Asociación de Comunicación Política ACOP, como la AEP (Asociación Española de Protocolo), determina que el Protocolo y, por tanto, los actos, son una herramienta básica para la Comunicación Política y de la comunicación de las instituciones, también llamada comunicación en las Administraciones Públicas.

Esto se explica, si se entiende el Protocolo desde su visión más clásica, así como desde su visión más comunicacional, el Protocolo no deja de ser una teatralización de la estructura de poder legitimado. En esa representación estructural democrática y legítima se encuentra el Protocolo, los símbolos y los actos en la Administración Pública. Pero, como bien se sabe, hace falta conseguir el voto para conseguir esa legitimidad, donde es imprescindible jugar con la comunicación, teniendo especial relevancia los símbolos y el Protocolo, ya que ellos le dan un tono de emocionalidad y racionalidad a las apariciones de los partidos políticos y crean un mensaje que llega muy rápido a las personas espectadoras.

Como menciona Elías C. y Mateos C. (2021) en su artículo *Descapitolio: destrucción icónica de la democracia* “las imágenes erigen una escenografía que procesamos a partir de la fisiología de los ojos, que tienen conexión directa con nuestro cerebro y que se instala en nuestra mente un marco de sentido funcional”. Lo que pretenden decir es que las imágenes, gracias a una escenografía acompañada de simbología, pueden ser más imperativas que los textos o la narrativa; de ahí la importancia de los mismos.

Por otro lado, según Dick Morris, (2012; 68) “la imagen reina de manera suprema en nuestra política, algo que no debería ya que los expertos en comunicación confían demasiado en las operaciones visuales durante las campañas políticas.” Con ello, pretende decir que la búsqueda de una determinada imagen será un elemento predominante en las estrategias comunicativas de los partidos políticos.

Para Rubio Calero (2017) “la imagen de los partidos, está compuesta por el conjunto de elementos que cada organización utiliza con el fin de que sus públicos lo reconozcan y así establecer los valores del mismo”, igualmente esta imagen “se ha convertido en uno de los recursos estratégicos fundamentales en el mercado electoral actual, porque

mediante las técnicas de imagen el candidato y los partidos se presentan a sí mismos, su oferta y se distinguen de los adversarios.”

Con todo ello, se pretende decir que la imagen se ha convertido en un intangible para hacer marca corporativista en los partidos políticos y en cualquier organización, donde esta intenta transmitir ciertos valores que sus públicos ven asociados.

La aseveración de que no existe política sin comunicación se justifica con la profesionalización de la Comunicación Política y más en la era actual donde la comunicación cada vez toma más protagonismo para lograr los objetivos de cualquier organización. A pesar de que este aspecto se veía reflejado en *El manual del candidato de Quinto Cicerón* como una guía de buenas prácticas para un candidato político en el siglo I a.C, siempre se ha necesitado de la comunicación en la rama política.

Debido a la tendencia actual de generar intangibles en las organizaciones Rubio Calero (2017) deduce que “la implementación de la herramienta del Protocolo, ayuda a transmitir los mensajes hacia los diferentes públicos, legitimando las conductas y los valores corporativos.”

Es decir, el Protocolo encuentra su espacio dentro de la comunicación corporativa de las organizaciones, e incluso en la comunicación integral de las mismas, al igual que lo hacen las relaciones públicas o el marketing político.

Una de las características más significativas del Protocolo es el respeto a las normas, las costumbres y las tradiciones; pero, asimismo, el poder transmitir “imagen de representación, acercamiento a los públicos y obtención de transparencia de las organizaciones”, según afirma Rubio Calero (2017).

El Protocolo siempre ha estado y sigue estando presente en todos los ámbitos de la sociedad, “de nada sirve una excelente aplicación del Protocolo en actos si no existe una protocolización de la organización” comenta Rubio Calero (2017) basándose en el “procedimiento de calidad en la organización” de Gerardo Correas.

Para Nuria Yagues:

La palabra Protocolo la hacíamos habitualmente a la organización de eventos, pero también debe estar presente en las situaciones más comunes del trabajo diario en cualquier organización. Tan importante es cuidar la imagen pública que refleja nuestras sustituciones cuando organizan un acto como lo es la imagen que percibe un colegiado [...] Escuchar, preguntar, conectar y dar una respuesta eficaz debe formar parte del Protocolo interno, que es la base sobre la que se asienta la razón de ser al estar al servicio de los ciudadanos. (Rubio Calero, 2017: 71)

Igualmente, Rubio Calero hace referencia a como Felio Villarrubias (1994: 22) comenta que el Protocolo es un instrumento de comunicación corporativa que se utiliza para crear una determinada imagen:

Todos nuestros actos, nuestras recepciones e incluso nuestras asambleas de accionistas, necesitan de esta herramienta de comunicación para dar una imagen, que en definitiva no es otra cosa que crear concepto u opinión, encaminados a lograr la confianza y credibilidad. (Rubio Calero, 2017: 72)

Es decir, que gracias al Protocolo no solo se muestra la escenografía de un determinado acto, sino que sirve como una radiografía de cómo es la organización y su funcionamiento, qué valores transmite y cómo quiere ser recordada.

Para Marín Calahorra “el Protocolo se ha integrado dentro del marco actual de la comunicación global, como un instrumento más de los que se utilizan para la proyección de la imagen pública de instituciones u organizaciones”. (Rubio Calero, 2017: 73)

Este mismo autor, afirma que el Protocolo es una técnica que utilizan las organizaciones como elemento de comunicación corporativa:

No obstante, no se ha generalizado aún el empleo de la palabra Protocolo para denominar la que ya es un área esencial de la comunicación y de las actividades de la empresa [...]. De tal manera que las técnicas del Protocolo se han convertido en un complemento eficaz, de otros instrumentos tradicionales de la comunicación corporativa, para potenciar la imagen de la organización. (Rubio Calero, 2017: 73)

“El Protocolo del siglo XXI está formado por símbolos (verbales y no verbales) que articulados de una determinada manera (normas) confeccionan un determinado código”, así es como define el Protocolo Sierra Sánchez (2008), donde puntualiza que cuando se produce “el intercambio de dichos símbolos, a través de unos códigos, activa un proceso de comunicación” (pág. 339). Es por ello, por lo que se entiende al Protocolo como una herramienta comunicativa.

Por otro lado, en el prólogo del libro *Guía de Ceremonial y Protocolo* de Pumar Vázquez (1990), aparece una definición de Martínez-Correcher (1990) donde glosa el Protocolo como un elemento comunicador, siendo uno de los primeros teóricos en relacionar ambos conceptos:

Es la acción que determina las reglas a seguir en un acto oficial, establecidas por decreto y a veces por costumbre. Fiel reflejo del orden que tiene que presidir todo acto para dar una imagen que enaltezca el prestigio de la propia Corporación. (Pumar Vázquez, 1990, pág. 20)

Dentro del Protocolo, la simbología es uno de los componentes imprescindibles en cada acto o ceremonia. Asimismo, transmiten emociones a quienes, por ejemplo, escuchan los acordes de un himno, ven la bandera ondear en el cielo o ven un escudo en la fachada de las Casas Consistoriales. Todo esto, ayuda a aumentar el sentimiento de pertenencia a un determinado lugar.

La Real Academia Española (s.f.) define símbolo al “elemento u objeto que, por convención o asociación, se considera representativo de una entidad, de una idea, de una cierta condición, etc.”

Para García Fuente (2015: 58) “el simbolismo es una especie de lenguaje que expresa valores sociales” que tienen como fin mejorar las relaciones, la comunicación y la recepción del mensaje de los individuos “ya que no viven solamente en un universo físico sino en un universo simbólico. Todo ello basándose en la teoría del filósofo Cassirer (1997; 47) “el hombre ha encontrado un nuevo método para adaptarse a su ambiente mediante el sistema simbólico ya que es un eslabón intermedio entre el sistema emisor y receptor que transforma la realidad humana”.

Con esto se pretende decir que los símbolos emiten constantemente mensajes por ser reconocidos por cada uno de los individuos, no solo que se sientan identificados con esas enseñas, sino que también las conozcan. Se pueden dar varios casos: una persona no se siente identificada con ese símbolo, pero lo conoce y, por tanto, lo entiende; una persona no se siente identificada con un símbolo concreto, por lo que el mensaje no llegará a esta, dado que no lo entiende; una persona se siente identificada por un emblema, compartiéndolo con el resto haciéndose partícipe, generando un vínculo emocional con él.

Existe un vínculo especial entre los seres humanos y la simbología ya que para el doctor Beattie (1985: 99) los símbolos tienen la capacidad de “proporcionar a las personas un medio para representar ideas abstractas que a menudo poseen indirectamente una gran importancia”. Esto también lo explica García Fuente (2015: 57) en su tesis sobre *Protocolo y ordenación de banderas. Repercusión mediática en la prensa española*, exponiendo que “los símbolos tienen significados en cuanto están en lugar de otras cosas o las representan, dan información acerca de algún estado de las cosas para transmitir un mensaje específico”. Además, García Fuente (2015: 58) añade que ese significado puede deberse a “su parecido con lo que simboliza o por alguna coyuntura histórica que se haya dado en el pasado de la cultura”.

Los símbolos son elementos que ayudan a entender una imagen, siendo, por tanto, uno de los elementos más importantes a la hora de comunicar.

Son muchos los actos en los que la simbología es un elemento habitual e imprescindible: en Las Olimpiadas cada grupo de jugadores, de un determinado país, va precedido por su bandera. En los mundiales de fútbol suenan los himnos de cada selección previo al partido. Y todo ello hace que el espectador se sienta identificado con el equipo o la persona que representa ese país. Como comenta Sierra Sánchez (2008: 341) “el Protocolo es una herramienta de comunicación que una entidad utiliza para posicionarse en su entorno”, y calcula su valor comunicativo como excepcional “para favorecer la posición de la entidad organizadora en el contexto exterior”.

Con ello, no solo se entiende a la simbología al escudo, la bandera y el himno, sino a multitud de elementos a los cuales cada individuo le da ese valor incalculable como

símbolo que le representa. Por ejemplo, en Canarias ocurre que muchos isleños tienden a situar como signo identitario elementos naturales, como puede ser el volcán del Teide, lo que para muchos es un símbolo que representa a la isla de Tenerife, e incluso al archipiélago. También, se pueden dar casos en los que una festividad en concreta sea el símbolo de un determinado lugar, como pasa con los carnavales de Santa Cruz de Tenerife, Los Indianos de La Palma o la fiesta de La Rama en Agaete. Igualmente, García Fuente (2015: 59-60) afirma que los símbolos están “en todos los terrenos” de la sociedad, tales como “la religión, la política, entre otros”, y es por ello “por lo que toda cultura está enormemente cargada de simbolismos e influye directamente en el comportamiento personal que es contemplado como simbólico”. En definitiva, los símbolos no tienen ningún valor hasta que la sociedad se los atribuye, o como bien explica García Fuente (2015: 57) “un trozo de tela no tiene ningún tipo de significado, salvo para aquellos que comparten el sentido del objeto”. Todo esto, lo resumen muy bien Costa (1992: 145) “los símbolos son más universales que las palabras e incluso más que las imágenes”.

Como se viene diciendo, no solo es importante la simbología oficial, ya que en muchas ocasiones una persona o grupo se pueden sentir identificados con un símbolo no oficial, que representa a un colectivo, ideología u organización. Todo ello es gracias a que el Protocolo puede lograr una “persuasión a través de la seducción de la ordenación de símbolos” (Sierra Sánchez, 2008: 341). Asimismo, García Fuente (2007: 263) señala que las banderas (símbolos en general) “pueden corresponder a entidades supranacionales (ONU, UE, Liga Árabe, OTAN, etc.) así como determinadas instituciones públicas y privadas, partidos o asociaciones para su uso protocolario” (pág. 263).

Los símbolos pueden contener connotaciones psicológicas y sentimentales por su representatividad en valores e ideas determinadas. Extrapolando la idea de García Fuente (2015: 61) sobre las banderas a todos los símbolos: “la finalidad principal de las banderas es la comunicativa ya que desde su nacimiento y origen se crean para decir algo y para representar a un conjunto de personas, a una sociedad o incluso a una institución”.

Si el Protocolo sirve para escenografiar un acto o ceremonia, los símbolos son usados para ayudar al público a situarse en la escena, a comprender qué va a pasar, de qué acto se trata y quién los organiza, entre otras cuestiones. Esta afirmación se puede ver reflejada en la opinión de Sierra Sánchez (2008: 339) “la ordenación adecuada y planificada de

esos símbolos audiovisuales es lo que provoca que el Protocolo posea un alto índice persuasivo”.

Es importante contar con profesionales del Protocolo que sepan cómo manejar en los diferentes actos/eventos los símbolos oficiales y no oficiales de la mejor manera posible, respetando la normativa vigente y las costumbres concedidas por la tradición de la localidad o territorio donde se celebren dichos actos, porque como enuncia Rodríguez Peñas (2013: 87) “no se tiene identidad si se carece de bandera” o símbolo. Asimismo, como bien explica García Fuente (2015) en su tesis doctoral:

Dependiendo del uso que se haga, se podrá comunicar unos mensajes u otros, mediante un código no verbal, es decir, la utilización de banderas y su ordenación posibilita la transmisión de ideas, puesto que las banderas forman parte de escenarios que al igual que otros elementos escenográficos como pueden ser el color o los logotipos, comunican y emiten información a las personas que las están viendo. (García Fuentes, 2015: 17-18)

Los símbolos, lo visual, lo estético da sentido a los mensajes, incluso llegan a comunicar más que un propio texto en sí mismo. A la hora de abordar cualquier acto o evento es necesaria la utilización de los elementos simbólicos que representan a la organización. Es una herramienta imprescindible en la Comunicación Política y en la potenciación de las estrategias comunicativas llevadas a cabo, ya que aportan importantes beneficios.

4.1. Contexto Normativo.

La relación normativa que existe en España entre política y Protocolo es escasa, a pesar de ello, se encuentran varios detalles a tener en cuenta dentro del ordenamiento normativo a nivel nacional y relacionado con los partidos políticos.

Ley Orgánica 6/2002 de 27 de junio, de Partidos Políticos, define a estas como:

Entes privados de base asociativa, forman parte esencial de la arquitectura constitucional, realizan funciones de una importancia constitucional primaria y disponen de una segunda naturaleza que la doctrina suele resumir con referencias reiteradas a su relevancia constitucional y a la garantía institucional de los mismos por parte de la Constitución.

Los artículos 7 y 8 de esta Ley Orgánica presentan la capacidad organizativa y funcional estableciendo una estructura interna y un funcionamiento democráticos por parte de los

partidos políticos a través de sus estatutos. Al igual, que el recogimiento de unos derechos y deberes de los afiliados a los mismos.

Es decir, que la normativa manifiesta un carácter participativo dentro del partido, en con un comité organizador y de una serie de herramientas que faciliten transmitir el mensaje y un desarrollo correcto.

El artículo 7 de organización y funcionamiento de la Ley Orgánica 6/2002 de 27 de junio expresa que:

1. La estructura interna y el funcionamiento de los partidos políticos deberán ser democráticos, estableciendo, en todo caso, fórmulas de participación directa de los afiliados en los términos que recojan sus Estatutos, especialmente en los procesos de elección de órgano superior de gobierno del partido.
2. Sin perjuicio de su capacidad organizativa interna, los partidos deberán tener una asamblea general del conjunto de sus miembros, que podrán actuar directamente o por medio de compromisarios, y a la que corresponderá, en todo caso, en cuanto órgano superior de gobierno del partido, la adopción de los acuerdos más importantes del mismo, incluida su disolución.
3. Los órganos directivos de los partidos se determinarán en los estatutos y deberán ser provistos mediante sufragio libre y secreto.
4. Los estatutos o los reglamentos internos que los desarrollen, deberán fijar para los órganos colegiados un plazo de convocatoria suficiente de las reuniones para preparar los asuntos a debate, el número de miembros requerido para la inclusión de asuntos en el orden del día, unas reglas de deliberación que permitan el contraste de pareceres y la mayoría requerida para la adopción de acuerdos. Esta última será, por regla general, la mayoría simple de presentes o representados.
5. Los estatutos deberán prever, asimismo, procedimientos de control democrático de los dirigentes elegidos.

Por otro lado, en referencia a la Ley de Régimen Electoral, el artículo 54, hace alusión a los eventos de campaña, pero no explica una definición; incluyendo solo la importancia del derecho de reunión, ya que consideren los actos políticos como reuniones de personas con intereses comunes:

1. La celebración de actos públicos de campaña electoral se rige por lo dispuesto en la legislación reguladora del derecho de reunión. Las atribuciones encomendadas en esta

materia a la autoridad gubernativa se entienden asumidas por las Juntas Electorales Provinciales, sin perjuicio de la potestad de la Junta Electoral Central de unificación de criterios interpretativos.

2. Se mantienen, en todo caso, las atribuciones de la autoridad gubernativa respecto al orden público, y con este fin, las Juntas deben informar a la indicada autoridad de las reuniones cuya convocatoria les haya sido comunicada.

3. Los Ayuntamientos deberán reservar locales oficiales y lugares públicos de uso gratuito para la celebración de actos de campaña electoral.

Es importe añadir que la Constitución Española, en su artículo 6 enuncia que:

Los partidos políticos expresan el pluralismo político, concurren a la formación y manifestación de la voluntad popular y son instrumento fundamental para la participación política. Su creación y el ejercicio de su actividad son libres dentro del respeto a la Constitución y a la ley. Su estructura interna y funcionamiento deberán ser democráticos.

Igualmente, existe dentro del Protocolo un conjunto de signos, emblemas y distintivos que se usan para representar un país, los cuales se denominan símbolos oficiales. Para España, estos símbolos oficiales son la bandera, el escudo y el himno, los cuales simbolizan la soberanía del Estado y todos los poderes que emanan de la ciudadanía. Por lo que se entiende, que no solo representa al país (España), sino que representa a todos los españoles y todas las españolas. Por ello, a tales símbolos se le debe guardar respeto.

Todos estos símbolos vienen respaldados por una normativa, las cuales señalan cómo son, y cuáles son sus usos. La norma suprema de España, rotula en sus artículos varias acciones que tienen que ver con la simbología del país.

El artículo 4.1 de la Constitución Española menciona que “la bandera de España está formada por tres franjas horizontales, roja, amarilla y roja, siendo la amarilla de doble anchura que cada una de las rojas” (art. 4.1). Igualmente, la Ley 39/1981, de 28 de octubre, por la que se regula el uso de la bandera de España y el de otras banderas y enseñas, en su artículo 2.2 recoge que “en la franja amarilla se podrá incorporar, en la forma que reglamentariamente se señale, el escudo de España” (art. 2.2).

El Real Decreto 1511/1977, de 21 de enero por el que se aprueba el Reglamento de Banderas y Estandartes, Guiones, Insignias y Distintivos, detalla las medidas del largo de la bandera (3/2 de a) y del ancho (a). Además, su confección debe ser en “seda, tafetán, lanilla o fibra sintética, según los casos” (pág. 14744). Igualmente, en la regla número 20 de dicho Reglamento viene dado los tipos y tamaños de la enseña nacional:

Figura 1: Tamaños de la bandera de España

Tipos	Largo – Milímetros	Ancho – Milímetros
1	6.640	4.430
2	4.110	2.740
3	3.240	2.160
4	1.500	1.000
5	750	500

Fuente: Real Decreto 1511/1977, de 21 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de Banderas y Estandartes, Guiones, Insignias y Distintivos. Boletín Oficial del Estado. Madrid, 1 de julio de 1977, núm. 156, 14744 - 14765. Consultado el 18 de marzo de 2021

El Real Decreto 684/2010, de 20 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Honores Militares, es igualmente importante para el conocimiento de la normativa de España en lo referente a la bandera. El artículo 1 de este Real Decreto establece que “las Fuerzas Armadas son las encargadas de rendir honores militares a la Bandera de España” (art. 1). Asimismo, en el Capítulo I del Título I de honores militares a la Bandera de España del Real Decreto 684/2010 se narran los honores, el ceremonial y los homenajes que deben rendir a la enseña nacional. En este Real Decreto también se presenta como se debe situar la bandera de España y las de las Comunidades Autónomas y las locales, en su artículo 3.2 donde se establece que:

La Bandera permanecerá izada a media asta ininterrumpidamente día y noche cuando el Gobierno decreta luto nacional por un periodo de tiempo determinado. De la misma forma se actuará en el ámbito de las Comunidades Autónomas, de las Ciudades de Ceuta y Melilla y en los municipios cuando el luto se establezca por sus órganos competentes.” (art. 3.2)

Dentro de la Ley 39/1981, de 28 de octubre, por la que se regula el uso de la bandera de España y el de otras banderas y enseñas, cabe destacar el artículo octavo que cita que “Se prohíbe la utilización en la bandera de España de cualesquiera símbolos o siglas de

partidos políticos, sindicatos, asociaciones o entidades privadas.” Es decir, que no está permitido que la bandera contenga las siglas políticas de cualquier partido.

El escudo de España es un símbolo que viene regulado por la Ley 33/1981, de 5 de octubre, del escudo de España, donde, en su artículo primero, viene señalada su heráldica:

El escudo de España es cuartelado y entado en punta. En el primer cuartel, de gules o rojo, un castillo de oro, almenado, aclarado de azur o azul y mazonado de sable o negro. En el segundo, de plata, un león rampante, de púrpura, linguado, uñado, armado de gules o rojo y coronado de oro. En el tercero, de oro, cuatro palos, de gules o rojo. En el cuarto, de gules o rojo, una cadena de oro, puesta en cruz, aspa y orla, cargada en el centro de una esmeralda de su color. Entado de plata, una granada al natural, rajada de gules o rojo, tallada y hojada de dos hojas, de sinople o verde.

Acompañado de dos columnas, de plata, con base y capitel, de oro, sobre ondas de azur o azul y plata, superada de corona imperial, la diestra, y de una corona real, la siniestra, ambas de oro, y rodeando las columnas, una cinta de gules o rojo, cargada de letras de oro, en la diestra «Plus» y en la siniestra «Ultra»

Al timbre, corona real, cerrada, que es un círculo de oro, engastado de piedras preciosas, compuesto de ocho florones de hojas de acanto, visibles cinco, interpoladas de perlas y de cuyas hojas salen sendas diademas sumadas de perlas, que convergen en un mundo de azur o azul, con el semimeridiano y el ecuador de oro, sumado de cruz de oro. La corona, forrada de gules o rojo. (art. 1)

Conjuntamente, el Real Decreto 2964/1981, de 18 de diciembre por el que se hace público el modelo oficial de escudo de España y el Real Decreto 2267/1982, de 3 de septiembre, por el que se especifican técnicamente los colores del escudo de España, ayudan a saber cómo es visualmente el escudo.

Por último, otro de los símbolos relevantes de España es el himno nacional, el cual está regulado por el Real Decreto 1560/1997, de 10 de octubre, y establece, en su artículo 1, la *Marcha Granadera* o *Marcha Real Española*. Igualmente, esta normativa regula sus usos. El Real Decreto 2027/1998, de 18 de septiembre, dispone la cesión gratuita al Estado de todos los derechos de explotación de la actual versión.

Con respecto a la normativa del himno de España, cabe destacar que existen dos versiones del himno, una de 52 segundos y otra de 27 segundos. En los actos de carácter general organizados por las Comunidades Autónomas, y siempre que se interpretan varios himnos, el español lo hará en primer lugar si es al iniciarse el acto o, el último, si se interpretarán los himnos a la finalización del acto.

El artículo 4.2 de la Constitución Española reseña que “Los Estatutos podrán reconocer banderas y enseñas propias de las Comunidades Autónomas. Estas se utilizarán junto a la bandera de España en sus edificios públicos y en sus actos oficiales” (art. 4.2). Igualmente, el artículo 137 de la normativa suprema de España se afirma que, territorialmente, España se organiza “en municipios, en provincias y en las Comunidades Autónomas que se constituyan”, y cita, además, que “todas estas entidades gozan de autonomía para la gestión de sus respectivos intereses” (art. 137). Es por ello, que las Administraciones públicas de todos los territorios del Estado tienen el cometido de crear sus símbolos bajo el amparo legal de la Constitución Española.

En el caso de la Comunidad Autónoma de Canarias sus símbolos vienen reflejados en el artículo 7 de la Ley Orgánica 1/2018, de 5 de noviembre, de reforma del Estatuto de Autonomía de Canarias, donde se establece en el artículo 7.1 que “la bandera de Canarias está formada por tres franjas iguales en sentido vertical, cuyos colores son, a partir del asta, blanco, azul y amarillo” (art. 7.1). Además, en su artículo 7.2 alude que:

Canarias tiene escudo propio, cuya descripción es la siguiente: en campo de azur trae siete islas de plata bien ordenadas dos, dos, dos y una, esta última en punta. Como timbre una corona real cerrada, surmontada de una cinta de plata con el lema Océano de sable y como soportes dos canes en su color. (art. 7.2)

Finalmente, el artículo 7.3 menciona que “Canarias tendrá himno propio en los términos establecidos en una ley del Parlamento de Canarias” (art. 7.3). De esta manera, la Ley 20/2003, de 28 de abril, del Himno de Canarias instaura como himno para el archipiélago la melodía del Arorró de los *Cantos Canarios* de Teobaldo Power y Lugo-Viña. Además, el Decreto 95/2003, de 21 de mayo, regula los usos del himno de Canarias.

En el Capítulo VI de los ultrajes a España del Código Penal, más concretamente en el artículo 543, refleja el castigo por el uso inadecuado de los símbolos de España y sus

Comunidades Autónomas: “las ofensas o ultrajes de palabra, por escrito o de hecho a España, a sus Comunidades Autónomas o a sus símbolos o emblemas, efectuados con publicidad, se castigarán con la pena de multa de siete a doce meses” (art. 543).

4.2. Contexto Histórico.

Para entender los símbolos oficiales de las islas Canarias se necesita conocer su historia y su vinculación en la población de las islas y el carácter político de los mismos. Es por ello, por lo que las siguientes líneas versarán sobre el contexto social, la historia y normativa vigente en relación con los símbolos más destacados del archipiélago: himno, escudo y bandera.

4.2.1. Historia del Himno de Canarias.

En relación con la historia del himno de Canarias (Anexo 1), nunca ha resaltado polémicas, quizás por ello exista desconocimiento de tal melodía por parte de los canarios y las canarias. La Ley 20/2003, de 28 de abril, en su artículo primero, “se establece como himno de Canarias la melodía correspondiente al Arrorró, de la obra Cantos Canarios de Teobaldo Power y Lugo-Viña” (p. 26520). De igual manera, el Decreto 95/2003, de 21 de mayo, regula los usos del himno de Canarias, al igual que las versiones, las prohibiciones de usos, la actitud de respeto que se le debe mostrar y el acompañamiento al Himno Nacional.

Según expresa el Gobierno de Canarias (2019) han existido varios intentos de tener una melodía que representara a las islas de forma oficial e institucional. Comentan que el primer himno del que se tiene constancia fue en el año 1815 de autor anónimo que “resultó ser ganador de un concurso” (párr.1). En una crónica periodística de 1908 aparece mencionado el estreno de un himno para Canarias “con motivo de las Fiestas del Cristo de La Laguna, con letra de Nicolás Estévez y música de Bernardino Valle” (párr.1). Entre los años 1991 y 1993 se presenta un himno encargado por el primer presidente de la Comunidad Autónoma de Canarias, Don Jerónimo Saavedra, dicha melodía fue compuesta “por el músico grancanario Juan José Falcón Sanabria con letra del poeta tinerfeño Fernando García Ramos” (párr.1). Pero no es hasta que se crea una mesa parlamentaria con la representación que existía en el Parlamento canario cuando resulta elegida la melodía del Arrorró de los Cantos Canarios de Teobaldo Power con letra de Benito Cabrera. (Gobierno de Canarias, 2019).

Añade, además, el Gobierno de Canarias (2019) en su web que el himno canario cuenta con “una de las melodías más hermosas que existen en la música canaria”. Ese arrorró o canción de cuna que usan las madres para arrullar el sueño de sus hijos, y que está tan extendido por cada rincón de Canarias, de este modo parece que el himno acoge y protege como lo hace una madre. También menciona que “la mayor parte de los himnos están escritos en ritmo binario y tienen un carácter rígido y castrense”, a diferencia de este en el cual “la dulzura de su estructura tiene que ver con su carácter ternario (muy presente en el folklore canario)” (Gobierno de Canarias, 2019, párr.3).

Por otra parte, la letra del himno escrita por el timplista Benito Cabrera, expresa la “lucha noble y pacífica, mirando hacia el futuro desde el mar que acoge y conecta a las islas con el mundo”. Su comienzo evoca un homenaje al poema de Nicolás Estévez *Canarias* donde “ubica la patria en la sombra del almendro de su infancia” (teniendo en cuenta que el himno comienza: “Soy la sombra de un almendro”) según narra el Gobierno de Canarias (2019). Asimismo, indica que también se trata de “un tributo a tantos emigrantes de distintas épocas de este archipiélago, que ubican sus raíces en los recuerdos de la vida isleña (cada uno con su almendro personal), aunque pasaran gran parte de su existencia en otras tierras” (Gobierno de Canarias, 2019, párr.4).

4.2.2. Historia del Escudo de Canarias

Tras la finalización de la conquista de las Islas Canarias, el archipiélago pasa a ser denominado con el rango de Reino, pero sin llevar aparejada la concesión de un escudo heráldico propio. Las únicas aquiescencias de escudo surgieron en años posteriores a la conquista (Anexo 2) y solo para “los cabildos de las tres islas de realengo¹: Gran Canaria, Tenerife y La Palma” (La Laguna Ahora, 2020, párr.1), pero no para el conjunto de las islas, ya que carecían de “institución o dignidad que abarcase al conjunto de su territorio” y, por tanto, sin dotación de “ningún blasón distintivo”, según se aprecia en el relato de La Laguna Ahora (2020, párr.1) sobre *El Escudo de Canarias a través del tiempo. 30 de mayo Día de Canarias*.

A principios del siglo XVI se extendió “entre los heraldos europeos la idea de que todo territorio dotado de un título de soberanía [...] debía tener un emblema heráldico que lo

¹ Que dependía directamente del rey o la reina y no pertenecía a la nobleza o la Iglesia.

identificara”, a pesar de que no existiese ninguna institución. (La Laguna Ahora, 2020, párr. 2).

En el caso del Reino de las Islas Canarias, los primeros ejemplares de que tenemos noticia aparecen en el Libro II de la Historia genealógica y heráldica de los emperadores, reyes y nobles de Europa [...] custodiada en la Biblioteca del Monasterio de El Escorial. (Erbez, s.f., párr.3)

Aunque Erbez (s.f.) en su narrativa de “Historia del escudo de Canarias” apunta que no puede considerarse el escudo más allá de un “producto de la imaginación del autor” ya que en el volumen I y el volumen II se muestran escudos diferentes y que el segundo es “un escudo muy similar e igualmente fantástico [...] al Reino de Gibraltar” (Erbez, s.f., párr.3).

Erbez (s.f.) sigue relatando que en un manuscrito anterior a 1580, escrito por Alonso Téllez de Meneses, aparece “un escudo de oro con tres cañas de azúcar de sinople y un can atravesado de púrpura con collar de oro” (párr.4). También podría tratarse de un emblema fantástico, pero resalta la aparición de la figura del can (perro), donde hace referencia “sobre el origen del nombre de Canarias” (párr.4).

Para apreciar elementos representativos en el actual emblema canario, se debe acudir al manuscrito de Francisco Valonga y Gatuellas, datado de finales del reinado de Felipe IV (mediados del siglo XVII), según describe Erbez (s.f.). En dicho manuscrito se encuentra la primera referencia de un escudo de armas para el Reino de Canarias:

Ave este Reyno e islas por armas siete islas en medio de un mar y con una letra abaxo de oro que dice OCEANI, denotando en las islas las 7 que contiene este reino y las letras del gran mar oceano denotando que están en aquel mar. (Erbez, s.f., párr.5)

En 1762 se encuentra un *Plano de las Islas de Canaria* realizado por Francisco Javier Machado Fiesco, cuyo mapa va encabezado por un escudo con las islas presentadas “en alzado [...], el campo es representado como de azur por líneas horizontales, y como timbre lleva una corona real abierta [...] el lema “Océano” ocupa el jefe del escudo” (Erbez, s.f. párr.1)

Por otro lado, se obtiene otra referencia de Juan Tous Meliá, en 1765, en un mapa titulado *Plan de las Afortunadas Islas del Reyno de Canarias*, según se observa en *Historia del escudo de Canarias*, Erbez (s.f., párr.6):

Este escudo es el del Reino de las Canarias: 7 Yslas de plata sobre ondas de mar azul y blancas y la faxa blanca en lo alto que simboliza ser Reyno feudatario; y en el gefe del escudo unas letras que dizen Océano de Oro. Yta Salazar. (Erbez, s.f., párr.6)

Otra referencia del escudo de Canarias, según narra Erbez (s.f.), está fechado entre 1770 y 1784, dentro de un manuscrito titulado *Canaria Ilustrada y Puente Americhano* y escrito por el clérigo tinerfeño, Dámaso de Quesada y Chaves, lo describe de una manera romántica:

Como tal Reino se le dio por escudo siete yslas de plata en fondo de ondas de mar azul en lo alto una faxa de plata y corona de oro orlada con 6 letras de oro OCEANO (...) de las quales [armas] no usandose en general por que cada una pide para si lo q. le conviene (...) por esto esta aqueste sello y escudo general olvidado de muchos modernos. (Erbez, s.f., párr.2)

Pero no es hasta el año 1772 cuando hace presencia una de las ilustraciones más hermosas que se pueden apreciar con respecto al escudo de Canarias. Esta, fue elaborada por el máximo exponente de la ilustración canaria, el Señor Viera y Clavijo, el cual lo describe de la siguiente manera: “las antiguas Afortunadas son reino. Su escudo de armas representa en siete peñas sobre ondas azules las siete islas, con corona real, y en el jefe unas letras de oro que dicen Océano” (La Laguna Ahora, 2020, párr.7).

Este escudo hace presencia en forma de grabado en el frontispicio² de la primera edición impresa de *Noticias de la Historia General de las Islas de Canaria*. Esta ilustración del escudo de Canarias contiene todos los elementos del actual: siete islas representadas, el lema de “Océano”, corona real cerrada y dos perros al lado del escudo. Además, La Laguna Ahora (2020) describe que se aprecian “otros elementos accesorios [...] unas banderas, un ancla, una brújula, un cañón, etc.” (párr.7)

² Dorso de la primera hoja de una publicación que queda frente a la portada

Para Erbez (s.f.) en la *Historia del escudo de Canarias (II)* durante el Siglo XVIII se siguen reproduciendo varios escudos como el del cónsul de Francia en Canarias, Emmanuel D'Hermand que “presenta la peculiaridad de estar coloreado, aunque curiosamente el campo no es azul” (párr.4). Otro escudo fue el elaborado por José de Trinidad en un mapa impreso de las Islas Canarias que “está claramente basado en el que aparecen en la obra de Viera” (párr.5). Dentro de este siglo, en diciembre de 1786 el Real Consulado de Mar y Tierra de Canarias “con el objetivo de impulsar el desarrollo económico y las relaciones comerciales del archipiélago” (párr.6) establece el siguiente escudo, basado en anteriores, pero con relevantes variaciones: “un escudo de forma circular donde aparecen las siete islas sobre campo azul rodeando a un escusón con las armas de Castilla y León. Por encima de una corona real cerrada, la cinta con el lema OCÉANO” (párr.6). Siendo la primera vez que un emblema sirva como símbolo de representatividad de una institución oficial canaria, según Erbez (s.f.).

La Laguna Ahora (2020) enumera que, durante el siglo XIX, el escudo aparece en diferentes manifestaciones artísticas como “elemento decorativo” como pueden verse en el “antiguo Hospital de San Carlos, actual Museo de la Naturaleza y el Hombre, o la del edificio de la Sociedad Filarmónica Santa Cecilia, actual sede del Parlamento de Canarias, ambos en Santa Cruz de Tenerife” (párr.8).

Igualmente, Erbez (s.f.) dicta que en la revista literaria y cultural *La Ilustración de Canarias* aparece “un escudo rematado con corona mural, con las islas ordenadas a la inversa: una, dos, dos y dos” (párr.2). Para Erbez (s.f.) le parece curioso que esta variante haga presencia en la revista *Tierra Canaria* que fue editada en La Habana por la Asociación Canaria “donde se muestra acompañado por el escudo de la República de Cuba. Quizá para armonizar con éste, se presenta acolado (colocado delante) de unas fascas y un gorro frigio, además de estar flanqueado por ramas de laurel” (párr.3).

Previa etapa del Estatuto de Autonomía de Canarias ya se usaba de manera oficial en el Boletín Oficial de la Junta de Canarias un escudo que acompañaba al escudo preconstitucional de España en la cabecera del diario. Este escudo se asemeja al oficial donde se puede observar las siete islas ordenadas, dos, dos, dos y una, una corona real, el lema “Océano” y los dos canes sujetando el escudo.

Tras la aprobación del Estatuto de Autonomía canario de 1982, bajo la Ley Orgánica 10/1982, en su artículo 6 versa la descripción del escudo oficial de Canarias:

Canarias tiene escudo propio, cuya descripción es la siguiente: en campo de azur trae siete islas de plata bien ordenadas dos, dos, dos y una, esta última en punta. Como timbre una corona real de oro, surmontada de una cinta de plata con el lema «Océano» de sable y como soportes dos canes en su color encollarados. (art. 6)

Tras dicha descripción surgen varios modelos utilizados por las Administraciones públicas Canarias para representarse, hasta que el Decreto 157/1990, de 14 de agosto, por el que se establecen las normas de uso del Escudo de la Comunidad Autónoma de Canarias, regula su diseño y usos.

En 2005, se regula mediante el Decreto 184/2004, de 21 de diciembre el Manual de Identidad Corporativa Gráfica del Gobierno de Canarias, en donde se fijó el nuevo escudo para la Comunidad Autónoma y se especificó las tonalidades de sus colores.

Además de regular el escudo, en este Manual de Identidad Corporativa, también se modificó “la marca corporativa para que sea más moderna y de fácil identificación para los ciudadanos” según explica Canarias⁷ (2005, párr.3), añadiendo que “de esta forma el Gobierno autonómico pone fin en sus escudos a un símbolo que ha acompañado a la tradición de las islas” (párr.4) en referencia a la eliminación de los perros a cada lado del escudo para simplificarlo.

También desapareció el lema “Océano” quedando “un logotipo del escudo de Canarias constituido por el cuerpo central en fondo azul con las siete islas en color plateado rematado por la corona real” según hace referencia Clar Fernández (2016, párr.8). Esto no quiere decir que el escudo se haya reemplazado, sino que convivirán ambos, el nuevo aplicado a la cartelería, páginas oficiales e impresos del Gobierno de Canarias y en otro en representatividad oficial del archipiélago canario.

La Ley Orgánica 1/2018, de 5 de noviembre, de reforma del Estatuto de Autonomía de Canarias ofrece una modificación, en el artículo 7, del escudo de Canarias eliminando el collar de los canes que sujetan el emblema:

Canarias tiene escudo propio, cuya descripción es la siguiente: en campo de azur trae siete islas de plata bien ordenadas dos, dos, dos y una, esta última en punta. Como timbre una corona real cerrada, surmontada de una cinta de plata con el lema Océano de sable y como soportes dos canes en su color.

Sin lugar a duda, se trata de una extraña modificación, que ha causado un gran debate dentro de los grupos políticos canarios, ya que para los independentistas el collar de los perros tiene un simbolismo de sometimiento a la Corona de Castilla. Teniendo en cuenta que el grupo nacionalista canario ya eliminó en 2005 los perros del escudo para hacer uno nuevo que sirva de marca corporativa. Por otro lado, según expresa Radio Televisión Canaria (2018), “expertos en Heráldica, como el especialista Juan Gómez-Pamo, desmienten que el collar de los perros se introdujera en su día como una sumisión a la corona de Castilla”. Por ello, niega que su retirada practique ningún simbolismo, añadiendo que un escudo “no tiene connotaciones negativas” (párr.4).

Por otro lado, la página web de Comprar Banderas³ (2019) explica que “prácticamente todos los perros llevan collar, excepto los galgos” y que según la heráldica los canes tienen un significado de “animal de compañía y protector del amo”. Por eso, se podría llegar a entender que los perros del escudo de canarias están protegiendo el emblema, que contienen las siete islas, haciendo reseña de estar protegiendo al archipiélago (párr.4)

Pero quizás, hubiera sido más acorde añadir una isla más de plata ya que el nuevo Estatuto de Autonomía incorpora como isla a La Graciosa y así, ver representada las ocho islas de Canarias, más que eliminar el collar de los perros o eliminar de la marca corporativa dicho animal que tanto representa al archipiélago.

4.2.3. Historia de la Bandera de Canarias.

Hasta la aprobación del Estatuto de Autonomía de Canarias en 1982, el Archipiélago Canario no ha gozado de la representatividad de una bandera considerada de manera oficial. Sin embargo, la historia de Canarias deja numerosos blasones que han sido usados para representar a los habitantes del archipiélago (Anexo 3), datando la primera incluso antes de la conquista de las islas. Según un escrito, sobre los antiguos pobladores de las islas, elaborado por el Reverendo Padre Fray

³ <https://www.comprarbanderas.es/blog/modificacion-del-escudo-de-la-bandera-de-canarias-sumision-o-simple-detalle/2019/05/08/>

Juan de Abreu Galindo en *Historia de la Conquista de las siete islas de Gran Canaria* (1632), más concretamente en el libro tercero y último *De la conquista de las dos islas fortunadas, La Palma, y Tenerife*, en su Capítulo XI, se exponen los reyes, ritos, costumbres y maneras de vivir de los aborígenes de Tenerife:

Quando el rey mudaba morada ó hacía jornada, porque de invierno vivia en la costa del mar, y en verano la tierra adentro, iban con el los mas ancianos de su casta llevando delante á un trecho una lanza inhiesta con una bandera hecha de juncos muy prima, para que supiesen que venia el rey. (Abreu Galindo, 1632: 192)

Tras el relato icónico de Fray Juan de Abreu se tendrá que acudir a la Conquista de Canarias para obtener diferentes versiones de banderas que representen al archipiélago. La anexión de las islas a la Corona de Castilla “fue llevada a cabo bajo las banderas y pendones de la Monarquía castellana o de los nobles y jefes militares que acometieron la conquista en nombre de los reyes o del suyo propio” (párr.3) según relata José M. Erbez (s. f.) en su página sobre Símbolos de Canarias *Historia de la bandera canaria*. Erbez (2019) comenta que estos Pendones de la Conquista se siguen conservando en alguna de las islas Canarias, por ejemplo, en Tenerife que se conserva en el Salón de Plenos del Ayuntamiento de San Cristóbal de La Laguna, una pieza denominada Pendón de la Conquista de Tenerife, “aunque tal denominación no responde en absoluto a la auténtica naturaleza de este objeto” (párr.1), y que actualmente procesiona el 14 de septiembre con la festividad del Cristo Lagunero “como símbolo de la vinculación de la Monarquía con la hermandad encargada de la custodia de esta imagen” (párr.15).

Según relata José M. Erbez (s. f.) en su página web de Símbolos de Canarias *Historia de la bandera canaria* el 17 de enero de 1561 el regidor Pedro de Vergara entregó al álferez mayor de Tenerife, Francisco Valcárcel, la denominada “bandera general” que era “de tafetán blanco y azul y amarillo e con una cruz colorada” (párr.4). Al par de días volvió a recibir un estandarte real con la siguiente descripción:

De tafetán rojo y punta larga, que tenía por un lado la imagen de la Virgen de Candelaria y por el otro las armas reales, así como el guión real con las armas de Castilla bordadas en oro, plata y seda, con guarnición amarilla. (Erbez, s. f., párr.4)

Igualmente llegaron a existir, en las principales ciudades de las Islas Canarias, demás estandarte o guiones reales para expresar la vinculación con la Monarquía, afirma José M. Erbez (s. f.).

Hasta 1845 no se conoce en el archipiélago más banderas aparte de las utilizadas por las Milicias Provinciales de Canarias, donde con la Real Orden de 30 de julio de 1845 se le concede la bandera matrícula de Canarias perteneciente al puerto de Santa Cruz de Tenerife. Esta bandera viene a ser considerada como la bandera oficial de la isla de Tenerife con la Orden de 9 de mayo de 1989, por el que se aprueba la bandea de la isla de Tenerife y que contempla la siguiente descripción: “bandera azul con una cruz blanca que remata sus brazos en los ángulos de la misma, en la forma llamada Aspas de San Andrés o Cruz de Borgoña” (art. único).

En 1888 se crea una bandera matrícula para el Puerto de la Isleta o de la Luz en Las Palmas de Gran Canaria, para separar las islas orientales de las occidentales, la cual acabaría representando a la isla de Gran Canaria mediante la Orden de 10 de abril de 1989, por la que se aprueba la bandera de la isla de Gran Canaria que se describe de la siguiente manera: “amarillo y azul, en dos franjas diagonales, quedando la amarilla hacia el asta” (art. único).

En *Colores al viento. El mundo de las banderas* de Erbez y Balbuena (2008) comentan que en torno a 1907 se iza en el Ateneo de La Laguna una bandera de color azul con siete estrellas blancas bien ordenadas como se dispone el archipiélago canario geográficamente. Este enseña, posteriormente, “sería asumida por el Partido Nacionalista Canario, fundado en La Habana en 1924” (pág. 14). Durante los años 50 y 60 distintos colectivos nacionalistas lideraron propuestas para una bandera canaria con una característica común: “combinar los colores de las dos provincias” (Erbez y Balbuena, 2008, pág. 14).

Pero no es hasta el 7 de septiembre de 1961, víspera a la festividad de la Virgen del Pino en el núcleo de Teror (Gran Canaria), donde surge, gracias al Movimiento Canarias Libre, la confección de 2000 o 3000 banderas de papel de 20 por 10 centímetros, que recogen los colores de ambas banderas insulares. La idea de este diseño corresponde a la familia Cantero Sarmiento: Doña María del Carmen Sarmiento Valle y sus hijos, Arturo y Jesús

que “inmediatamente fue aceptada por toda la militancia de las diferentes islas” según se expresa en el libro *La Bandera Nacional Canaria* de Delgado (2008). Los tres colores de esta nueva insignia se colocaron de manera vertical “con el fin de que no prevaleciesen unos colores sobre otros, ya que éstos fueron tomados de las banderas, inicialmente marítimas y luego provinciales, de Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas” (Delgado, 2008, pág. 9 - 10).

Como se puede apreciar, se observa una coincidencia de colores con la bandera alzada por el Movimiento Canarias Libre en septiembre de 1961, con la que le entrega Pedro Vergara al alférez mayor de Tenerife, Francisco Valcárcel, en 1561.

Otra fecha importante es la del 22 de octubre de 1964 cuando se funda el Movimiento por la Autodeterminación y la Independencia del Archipiélago Canario (MPAIAC) bajo los colores de una bandera tricolor con siete estrellas verdes. Esta bandera según Delgado (2008) cuya referencia aparece en *La Bandera Nacional Canaria* se “aporta la bandera tricolor inspirada en la de Canarias Libre, aunque incorporando en la franja azul un círculo de siete estrellas verdes de cinco puntas” (pág. 25), siendo esta la primera vez que se incorpora el color verde en una bandera canaria. El punto 25 de la Resolución final adoptada por el MPAIAC establece que:

La Bandera Nacional comprenderá y constará de tres bandas verticales del mismo tamaño, la primera blanca, la segunda, o sea la del medio, azul claro, y la tercera, amarilla. Sobre la banda central y en círculo irán siete estrellas verdes de cinco puntas que representarán la igualdad de las siete islas sobre el mar azul. El blanco, el azul y el amarillo serán los colores nacionales. (Delgado, 2008: 25)

Cabe destacar, quizás el color azul marino de la bandera del Movimiento Canarias Libre por el azul celeste del MPAIAC, ya que las estrellas verdes pueden desentonar sobre un fondo oscuro, de ahí la ambigüedad de mencionar que las siete estrellas verdes reposan sobre el mar azul. También, es posible que la elección de las siete estrellas venga en representación de la primitiva bandera canaria del Ateneo de La Laguna, viniendo esta insignia independentista a representar todos los movimientos históricos que ha vivido Canarias a favor de la libertad de su pueblo.

Previa configuración del Estatuto de Autonomía de Canarias, con la llegada de la transición a la democracia, se produjo un debate para la resolución y aprobación de una bandera oficial para el archipiélago. Luque Cambre (2003) presenta un resumen sobre todo lo acontecido sobre el proceso de elección de la bandera oficial de Canarias previo al Estatuto de Autonomía del año 1982:

El Comité Nacionalista de Canarias de las Organizaciones Revolucionarias de Trabajadores en marzo de 1978 aprobaba que “el País Canario adoptará como bandera la que tiene los colores blanco, azul y amarillo” en su anteproyecto de Estatuto de Autonomía del País Canarias (Luque Cambre, 2003).

En 1979, la Ejecutiva Nacional Canaria en su anteproyecto de Estatuto del PSC-PSOE definía que “la bandera de Canarias estará formada por tres franjas iguales y de izquierda a derecha blanca, azul marino, y amarillo (pendiente decisión del Congreso y estudios históricos y políticos)” (Luque Cambre, 2003).

Según comenta Luque Cambre (2003) el I Congreso del MPAIAC, en 1979, aprobaba en su anteproyecto para la constitución del nuevo Estado, la bandera de las siete estrellas verdes. Igualmente, optaron por la bandera de las siete estrellas el Comité Central del PCE en su anteproyecto de Estatuto el mismo año.

Para los anteproyectos de Estatuto de UCD y el del Frente Regional del País Canario, ambos de 1980, presentaron similares propuestas donde aparece una bandera con tres colores verticales: blanco azul y amarillo partiendo de la asta, según afirma Luque Cambre (2003). Además, ambos partidos añaden la descripción de un escudo para las islas y en el que coinciden en gran medida, viniendo a decir algo así:

En campo de azur trae siete islas de plata bien ordenadas, dos, dos, dos y una, esta última en punta. Como timbre una corona real de oro, surmontada de una cinta de plata con el lema "Océano" de sable y como soportes dos canes en su color encollarados. (Luque Cambre, 2003)

El 22 de diciembre de 1980 se produce el debate sobre el Proyecto de Estatuto donde se enfrentan dos propuestas:

La primera de ellas el Señor Ródenas de Unión del Pueblo Canarias “anuncia su voto en contra” donde se basa que “aún no tenemos símbolo o bandera que nos represente, y que

para una mayoría de canarios la bandera era tricolor con siete estrellas verdes”, según afirma Luque Cambre (2003). Por otro lado, el Señor Mederos del PSOE acepta la bandera del Estatuto, pero presenta una enmienda en la que la bandera podría ser tricolor y en el tono azul las siete estrellas blancas”, mencionando, además, aquella bandera alzada en el Ateneo de La Laguna: “no hay que olvidar que era de paño azul con esas estrellas la bandera histórica de Canarias” (Luque Cambre, 2003).

Como conclusión de la Asamblea Mixta para el Proyecto de Estatuto se acomodaron las siguientes propuestas:

Artículo 5. La bandera de Canarias está formada por tres franjas iguales en sentido vertical, cuyos colores son, a partir del asta, blanco, azul y amarillo. Canarias tiene escudo propio, cuya descripción es la siguiente: en campo de azur trae siete islas de plata bien ordenadas, dos, dos, dos y una, esta última en punta. Como timbre una corona real de oro, surmontada de una cinta de plata con el lema "Océano" de sable y como soportes dos canes en su color encollarados.

Artículo 3. La bandera de Canarias es la formada por tres franjas verticales iguales y, de izquierda a derecha blanca, azul y amarillo. En la franja azul intermedia siete estrellas verdes, formando un círculo. (Luque Cambre, 2003)

Luque Cambre (2003) afirma que se emitieron un total de 252 votos; de los cuales 238 fueron a favor, 3 en contra y hubo 11 abstenciones para aprobar el artículo 5.

Finalmente, el 10 de agosto de 1982 mediante la Ley Orgánica 10/1982 se aprueba el Estatuto de Autonomía de Canarias en cuyo artículo sexto se aprueba que “la bandera de Canarias está formada por tres franjas iguales en sentido vertical, cuyos colores son, a partir del asta, blanco, azul y amarillo” (art. 6). Actualmente la bandera de Canarias viene regulada en el artículo 7 de la Ley Orgánica 1/2008, de 5 de noviembre, de reforma del Estatuto de Autonomía de Canarias.

La descripción que viene inscrita en el Estatuto de Autonomía de Canarias es poco explicativa, por tanto, se debe acudir al Decreto 184/2004, de 21 de diciembre, donde se aprobó la identidad corporativa del Gobierno de Canarias y se establecieron las normas para su tratamiento y utilización, donde se aprueba la Orden de 24 de noviembre de 2005,

del Manual de Identidad Corporativa Gráfica y las aplicaciones relativas a la señalización de edificios públicos, vestuario y vehículos.

El periódico ABC se hacía eco para resolver el misterio que había causado la aparición de una supuesta bandera de Canarias encontrada en una colección del explorador James Cook de lana y que está expuesta en el Mueso Real de Greenwich. Según afirma el ABC (2017), James Cook estuvo en varias ocasiones en Canarias y “en una de esas visitas Cook se alojaría en Tenerife como en 1776” (párr.5).

ABC (2017) afirma que investigadores de la historia de Canarias apuntan que la bandera encontrada en los materiales de las expediciones de James Cook “podría ser de la Diputación Provincial de Canarias o la empleada por las Milicias Canarias en Europa” (párr.12). Al fin y al cabo, podría tratarse de una mera coincidencia que la bandera que recogió Cook en canarias a mediados del siglo XVIII coincida con la actual bandera oficial del Archipiélago.

Por ello, se entiende que en varios momentos de la historia de Canarias han aparecido banderas con los actuales colores de la oficial, que podría tratarse de una coincidencia, pero que siempre ha formado parte de Canarias y de los canarios y canarias verse representados con los colores blanco, azul y amarillo.

La Sentencia del Tribunal Supremo 1163/2020 falla a favor de la prohibición de colgar, desde las fachadas de los edificios Institucionales, cualquier bandera no oficial. Todo esto surge en el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife cuando el 22 de octubre de 2016 colocaba en su fachada la bandera de las siete estrellas verdes por su “representatividad que hace del pueblo canario” (pág. 4) según se expresa en el apartado tercero de los Fundamentos del Derecho de la STS 1163/2020.

El Tribunal Supremo con esta sentencia fija como doctrina que:

No resulta compatible con el marco constitucional y legal vigente, y en particular, con el deber de objetividad y neutralidad de las Administraciones públicas la utilización, incluso ocasional, de banderas no oficiales en el exterior de los edificios y espacios públicos, aun cuando las mismas no sustituyan, sino que concurren, con la bandera de España y las demás legal o estatutariamente instituidas. (STS 1163/2020, pág. 5)

Esto no solo lo avala con la bandera de las siete estrellas verdes de Canarias o las demás banderas independentistas de España. Sino que banderas oficiales como las de colectivos sociales como la LGTBI o el colectivo gitano no podrán ser expuestas en las fachadas de los edificios consistoriales de las Administraciones públicas españolas.

En dicha sentencia, el Abogado del Estado, denuncia que la bandera de las siete estrellas verdes fue creada por el Movimiento por la Autodeterminación y la Independencia del Archipiélago Canario (MPAIAC) y tacha que actos que evoquen a este movimiento es “independentista y terrorista” y que “es contrario a la neutralidad de las decisiones de las autoridades municipales” (STS 1163/2020, pág. 4).

Por otra parte, se sitúa la oposición que ejerce el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife rechazando en todo momento los alegatos del Abogado del Estado, donde insisten en “su carácter no oficial y en la representatividad que hace del pueblo canario”. Ellos defienden su colocación el día 22 de octubre por haber sido “votada por la mayoría de los grupos políticos en el Ayuntamiento”. Además, de defender, “que su colocación un solo día en lugar secundario no conculca el principio de imparcialidad y neutralidad de las administraciones” (STS 1163/2020, pág. 4).

Otra escena en la que vuelve a ser protagonista la bandera de las siete estrellas verdes es durante el pleno del parlamento de Canarias donde el Grupo Político Nacionalista Canario lleva una Proposición No de Ley sobre la bandera tricolor canaria con siete estrellas verdes, tras la prohibición de poderla entrar en los estadios y/o recintos deportivos de Canarias. Esta propuesta es aprobada por 42 votos a favor y 12 en contra según se refleja en el Diario de Sesiones del Parlamento de Canarias del día 29 de noviembre de 2017.

En el hemiciclo canario todos los grupos políticos a excepción del Grupo Popular aceptaron la Propuesta de No Ley. El Grupo Nacionalista representado por el Señor García afirmaba que “esta proposición no de ley lo que persigue es que no creemos un conflicto donde no existe un conflicto” (PNL 9L/0508, 2017, pág. 33).

Según viene inscrito en el Diario de Sesiones del Parlamento de Canarias del día 29 de noviembre de 2017, el Señor García, además, hacía saber que:

Es una bandera que lleva nuestra ciudadanía a todas estas manifestaciones populares y que, hasta el día de hoy, no ha significado nunca ni atentar contra la violencia ni contra el racismo ni contra la xenofobia ni contra la intolerancia en el deporte ni en ninguna fiesta popular. (PNL 9L/0508, 2017, pág. 24)

Por el Grupo Socialista, el Señor Matos, la definía como una bandera que “implica un mensaje que incite a la violencia ni en virtud de la cual una persona o grupo de ellas se pueda sentir amenazada, insultada o vejada por razón de su origen racial o étnico, su religión o convicción, su discapacidad, sexo u orientación sexual”. Añadió, que desde su grupo parlamentario “respetamos el sentimiento independentista que cualquiera pueda tener, incluso de cambiar los símbolos si lo consideran oportuno, pero tiene que hacerse por los métodos que corresponden” (PNL 9L/0508, 2017, pág. 35 - 36).

La Señora Mendoza, por el Grupo Mixto, afirmaba que “se tiene que respetar enarbolar la bandera que cada uno crea conveniente mientras no incite al odio, quizá es ahí donde está el problema”. También, el Señor Campos por Nueva Canarias defendía “esa bandera sin odio, sin discriminación de ningún tipo” y reclamaba la posibilidad de “mostrarla cuando queramos” (PNL 9L/0508, 2017, pág. 37 - 38).

En el Grupo Podemos, representado por el Señor Déniz, comentaba que:

Los canarios hemos definido esta bandera en un sentido de solidaridad profunda entre la gente más desfavorecida en la población y siempre ha estado presente en todas las reivindicaciones sociales, políticas, obreras y laborales; también en defensa de nuestros derechos nacionales. (PNL 9L/0508, 2017, pág. 38)

Igualmente, en su intervención en el pleno afirmaba que “es una bandera reconocida socialmente en todos los ámbitos de nuestra canariedad y [...] debería plantearse seriamente lo de incorporarla en el Estatuto de Autonomía, puesto que es la que el pueblo ha asumido como suya, sin más cuestiones” (PNL 9L/0508, 2017, pág. 38).

La única intervención en contra de lo acometido con la bandera de las siete estrellas verdes fue a cargo del Grupo Popular, donde intervenía la Señora Navarro, alegando que:

La Delegación del Gobierno no ha prohibido la entrada de ninguna bandera en los estadios de las islas [...] la Comisión Estatal contra la Violencia, dependiente del Consejo

Superior de Deportes, tampoco lo ha hecho, [...] la liga nacional de fútbol profesional ni siquiera tiene un listado de banderas prohibidas. (PNL 9L/0508, 2017, pág. 39)

Reafirmando la acción de su grupo parlamentario de no “respaldar propuestas que son sencillamente falsas”. Asimismo, añadía la Señora Navarro, que la bandera en cuestión representa al “movimiento independentista de los años sesenta” y que es la bandera “nacionalistas desde el año 2005, de Nueva Canarias desde el año 2010 y, por lo tanto, no es la bandera de todos los canarios” (PNL 9L/0508, 2017, pág. 39).

5. Análisis y resultados

El análisis que se ha llevado a cabo para conocer de forma más detallada el Protocolo en los partidos políticos. Para ello se han llevado a cabo cinco entrevistas: dos de ellas a dos expertas en Protocolo y Comunicación Política, y tres a trabajadores de los diferentes partidos políticos que más representación obtuvieron en las últimas elecciones autonómicas (Partido Socialista Obrero Español, Coalición Canaria y Partido Popular).

Igualmente, los resultados de las entrevistas se aplicaron para el análisis de los actos de los partidos políticos de la campaña de las elecciones del 28 de mayo, utilizando como medio de escaparate la red social de *Instagram*.

5.1. Análisis de las entrevistas.

5.1.1. Entrevistas a expertos en Comunicación Política y Protocolo.

Conociendo el Protocolo y la Comunicación Política gracias al apartado del Desde la perspectiva teórica y científica, se aborda el análisis de las entrevistas de profundidad realizadas a los expertos, es momento ahora de profundizar un poco más con opiniones directas de diferentes expertos en el Protocolo y la Comunicación Política.

Para ello, se ha llevado a cabo entrevistas a dos expertas en la materia siguiendo el guión que aparece en el Anexo 4. Se entrevistó a la Doctora en Comunicación Política y Protocolo Doña Diana Rubio Calero (entrevista completa en Anexo 5) y a la Experta en Protocolo Doña Miriam Lorente Gil, que además ha trabajado en equipos de Comunicación de varias campañas electorales a nivel nacional (entrevista completa en Anexo 6).

Para Rubio la Comunicación Política es “una herramienta indispensable para poder trasladar y difundir una ideología, unas ideas políticas, así como la labor de un cargo institucional o hacer llegar un mensaje político”. Por otro lado, Lorente afirma que es aquella “manera de que las personas que se dedican a la función pública hagan llegar su mensaje a los ciudadanos”. Asimismo, para Rubio el Protocolo es una herramienta que integra a la Comunicación Política y que “cumple una función de orden, de imagen, de complemento a la potenciación del mensaje” para personas candidatas o autoridades institucionales, igualmente, confirmaba que el Protocolo es una herramienta que se usa

en la Comunicación Política más a nivel electoral. En cambio, para Lorente el Protocolo es aquel “conjunto de normas, leyes, usos y costumbres que rigen los actos oficiales y que se deben usar en el ámbito laboral, social e institucional” y hace que “la Comunicación tenga una estructura, un orden y unas normas que no deben verse alteradas y sobre todo un fin.”

Los profesionales del sector creen que los partidos políticos lo están haciendo bien en relación al Protocolo y la Comunicación. Rubio comenta que la segmentación y el estar atentos a tendencias son los puntos fuertes en Comunicación, en cambio al Protocolo actualmente solo ha visto un ejemplo con el partido político VOX que les dio visibilidad a las torres del escudo de España en la escenografía de un mitin. En cambio, Lorente cree que los partidos políticos cada día comunican peor y que deben saber adaptarse.

Con respecto a los aspectos a cambiar en la Comunicación en partidos, Rubio Calero comenta que deben mejorar la visibilidad, y conocer el Protocolo y darle un uso correcto. Lorente Gil cree que debe adaptarse y no convertir a las personas candidatas a ser una especie de “Superman”, así confirma que debe primar la naturalidad, ya que la falta de esta es la peor enemiga en la Comunicación.

Como se ha expuesto en el marco teórico de esta investigación el Protocolo es una herramienta imprescindible en la Comunicación ¿pero es un elemento innovador en la Comunicación Política? Lorente cree que el Protocolo da orden, muestra modernidad y hace que un acto esté más cuidado. En cambio, Rubio cree que no es un elemento innovador, pero si flexibiliza.

La simbología es la clave para comunicar con la imagen y ambas expertas creen que juega un papel importante e indispensable. Pero, además, creen que los elementos más importantes para organizar un evento de carácter político son: colores corporativos, venue⁴, audiovisuales, transmitir seguridad y conocer qué se quiere conseguir, a quién se dirige el acto, qué se quiere transmitir y quiénes estarán.

⁴ Venue: en el sector de los eventos se traduce como espacios.

Igualmente, las entrevistadas afirman que es importantísima la figura del protocolista en los partidos políticos ya que dan orden y rigor además de potenciar los intangibles y ayudar a generar contenido.

Rubio Calero atestigua que el futuro de la Comunicación Política está en “saber adaptarse a los públicos, los canales de Comunicación y la sociedad” y profesionalizar el sector. Por otra parte, Lorente Gil demanda la intrusión en la profesión de Protocolo y Comunicación.

5.1.2. Entrevistas a trabajadores en Comunicación Política a nivel autonómico.

Con el fin de conocer cómo trabajan la Comunicación y el Protocolo desde los diferentes partidos políticos, se han realizado entrevistas a tres trabajadores de organizaciones políticas de Canarias, de diferente ámbito, autonómico y local, de los tres partidos que más obtuvieron representación en el Parlamento canario en las últimas elecciones de 2019. El modelo de entrevista se puede ver en el Anexo 7.

Por el Partido Socialista Obrero Español de Canarias, se ha entrevistado a Ángeles Reverón, jefa de prensa del Grupo parlamentario socialista en el Parlamento de Canarias (entrevista completa en Anexo 8).

Por Coalición Canaria, se entrevistó a Irma Cervino, responsable de Comunicación de Doña Ana Oramas, candidata del partido nacionalista al Parlamento por Tenerife para las elecciones del 28 de mayo de 2023 (entrevista completa en Anexo 9).

Por el Partido Popular, se entrevistó a Juan Carlos Romero, coordinador de Comunicación de la campaña del Partido Popular de San Cristóbal de La Laguna para las elecciones del 28 de mayo de 2023. Además, es consultor y formador en Comunicación y Oratoria, especialista en Comunicación Política, especialista en Técnicas de Negociación y miembro de la Asociación de Comunicación Política (entrevista completa en Anexo 10).

Qué es para las personas entrevistadas la Comunicación Política, para Reverón es aquel:

Proceso de intercambio de mensajes entre los actores políticos y el público en general [...] que busca la trasmisión de mensajes políticos efectivos para su influencia en la opinión pública [...] con el objetivo de lograr el apoyo necesario para sus acciones y propuestas.

Además, Reverón enumeró los elementos innovadores que ha incluido en la Comunicación de su partido: mensajería instantánea, retransmisión en vivo y el *microtargeting*⁵.

En el caso de Cervino es la herramienta que conecta la política con la ciudadanía donde se hace “llegar el mensaje de una forma que lleve al conocimiento y al convencimiento de que el trabajo que desarrolla un partido o un político es lo que se necesita para que su vida sea mejor”. Comenta, también, que las redes sociales son un medio de Comunicación más y que lo innovador en la Comunicación Política es el uso que se puede hacer de ellas. Por ejemplo, expone que el *WhatsApp* como medio para comunicar a la carta, asimismo, la creación de videos personalizados que solicitan para mandar un saludo cuando se realizan encuentros, visitas o reuniones.

Además, para Romero “es la principal herramienta que tiene un representante público para que sus ideas sean compartidas exitosamente con la sociedad que quiere dirigir o gobernar”. Igualmente, comenta que como elemento innovador que ha incorporado es todo lo que tenga que ver con el ámbito del social media: branding, autoridad de marca, ejes horizontales y verticales de las plataformas digitales, entre otras.

Pero también, se hace necesario conocer que es el Protocolo para las personas trabajadoras en la Comunicación Política. Reverón lo define como el “conjunto de pautas establecidas que gobiernan la Comunicación, la interacción y el comportamiento adecuado entre los participantes en la Comunicación Política” y que garantiza un “ambiente eficiente y ordenado durante las comunicaciones y los actos públicos”. Además, afirma que aplicaba el Protocolo en la comunicación de su partido a la hora de establecer el orden de intervención de las personas candidatas como en los actos con medios de comunicación. Añade, que el Protocolo es esencial ya que garantiza que la comunicación se realice de manera “coherente, ordenada, respetuosa y eficiente” en cualquier acto o comunicación.

Cervino, comenta que el Protocolo son pautas “para saber qué hacer y cómo actuar en diferentes situaciones” y que además ayuda a relacionarse de forma correcta. Igualmente, comenta que en la Comunicación de su partido si desconoces de algún detalle protocolario

⁵ Microtargeting: herramienta de análisis de datos y segmentación.

siempre cuentan con una persona que les asesora. Afirma, además, que esta herramienta es necesaria para la Comunicación de los partidos políticos ya que estos no dejan de ser una organización y debe tener sus normas para que “la relación sea adecuada y correcta”.

Para Romero “el Protocolo es el eje que vertebra el respeto a las instituciones y a todo lo que representan” y para él es aplicable en todos los escenarios de la vida, pero con mayor importancia en el marco político ya que conociendo esta herramienta y aplicándola de forma correcta, se podrá alcanzar la excelencia. Igualmente, comenta que en la Comunicación de su partido se han “incorporado vértices de Protocolo” en las visitas a organizaciones durante la precampaña y la campaña electoral, donde se han tenido en cuenta factores como la hora y los escenarios.

La investigación tratará de analizar los diferentes actos políticos de los diferentes partidos escogidos, por lo cual es clave conocer cuestiones relacionadas con los eventos en los partidos políticos y la opinión de las personas trabajadoras en ellas. Reverón lo tiene muy claro y afirma que las funciones principales que cumplen los eventos son la Comunicación y difusión de ideas, movilización y participación y la creación de redes y alianzas. Además, subraya que es importante destacar al líder del partido y el mensaje que se quiera transmitir “a través de su figura”.

Por otro lado, Cervino cree que los eventos políticos son la mejor forma de “llegar con mayor cercanía a las personas y de transmitir el mensaje”, al igual que las “propuestas, ideas, logros y retos”. También, asevera que el aspecto más importante en los eventos es el de transmitir qué se hace, cómo se hace y con qué finalidad.

Los eventos para Romero cumplen la función de “transmitir un ideario y abanico de propuestas a la sociedad”, además de que estos deberían ser el “lienzo sobre el que se dibuje el auténtico escenario político como herramienta de difusión y participación pública”. Romero cree que “la Comunicación previa, la esquematización de contenidos, la pulcritud protocolaria y la posterior difusión efectiva de las valoraciones o conclusiones” son los aspectos más importantes a considerar en los eventos.

Algo en lo que coinciden las tres personas entrevistadas es en la utilización de los símbolos en los eventos. Para Reverón los símbolos ayudan a “establecer una identidad visual reconocible que se asocia rápidamente con un partido”, como la rosa roja para el

socialismo. Cervino, manifiesta que los símbolos identifican a un partido y en el caso de Coalición Canaria la bandera, el logotipo y todo lo que represente al archipiélago como el mar y los paisajes son los símbolos más usados. Por último, para Romero los símbolos son la principal carta de presentación para los partidos políticos y para el Partido Popular los más utilizados, según su criterio, “es la imagen corporativa junto con la bandera de España” y que en los actos más relevantes se hace uso del himno nacional.

5.2. Análisis de los actos políticos.

Actualmente los partidos políticos se encuentran en campaña electoral permanentemente, la nueva era de las redes sociales proporciona un escenario magnífico para poder comunicarse con su electorado, pero, además, las apariciones públicas constantes, los eventos y reuniones durante los cuatro años que dura la legislatura, mezclando la vida política con la institucional.

Pero si es cierto que, de cara a las elecciones autonómicas y locales del 28 de mayo de 2023, comenzó a viralizarse la política y sus líderes a finales de 2022 y comienzos de 2023 con la presentación de las cabezas de lista para las autonómicas.

Se podría decir que desde la presentación de líderes que optaban a la Presidencia de Canarias comenzó una precampaña bastante fuerte con diferentes apariciones en las distintas islas que conforman el archipiélago, con distintos tipos de actos que se verán a continuación.

Como se ha comentado, se ha seleccionado a los tres partidos que más representación obtuvieron en el Parlamento de Canarias, es decir el Partido Socialista Obrero Español, Coalición Canaria y el Partido Popular.

5.2.1. Actos del Partido Socialista Obrero Español de Canarias.

En primer lugar, para el Partido Socialista Obrero Español de Canarias, su candidato fue Don Ángel Víctor Torres Pérez, aspirante a la reelección como Presidente del Archipiélago. La campaña estuvo centralizada en el candidato que lideraba la lista regional, donde aprovechó la presentación de las cabezas de lista para las insulares y algunas municipales para acudir a ellas y hacer acto de presencia. Lo que le llevó a visitar todas las islas, incluida La Graciosa y darle importancia a cada una de ellas.

Figura 2: El Señor Torres llegando a La Graciosa



Fuente: PSOE Canarias [@psoe_canarias]. Consultado el 1 de junio de 2023 en Instagram.

Los actos estuvieron focalizados en los símbolos más representativos de cada una de las islas, donde para ello, realizaron unas creaciones para los atriles donde la isla era la protagonista junto a un corazón haciendo referencia al amor por cada una de ellas.

La rosa roja es un elemento indispensable de los eventos socialistas, uno de los símbolos más importantes y representativos de este partido, donde no faltó en ninguno de los actos.

Igualmente, otro de los símbolos que se usaron fueron pequeñas banderas con el logo corporativo de la entidad política en color rojo, camisetas rojas serigrafiadas con la imagen del partido y en uno de los actos, en el exterior a modo de decoración colocaron unos cubos rojos con el logo del partido.

Figura 3: La silueta de La Palma en actos del PSOE



Fuente: PSOE Canarias [@psoe_canarias]. Consultado el 1 de junio de 2023 en Instagram

Figura 4: La silueta de El Hierro en actos del PSOE



Fuente: PSOE Canarias [@psoe_canarias]. Consultado el 1 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 5: El Señor Torres y la rosa roja



Fuente: PSOE Canarias [@psoe_canarias]. Consultado el 1 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 6: Regalando rosas rojas



Fuente: PSOE Canarias [@psoe_canarias]. Consultado el 1 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 7: Detalle de los cubos 3D del PSOE



Fuente: PSOE Canarias [@psoe_canarias]. Consultado el 1 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 8: Detalle camisas y bandera PSOE



Fuente: PSOE Canarias [@psoe_canarias]. Consultado el 1 de junio de 2023 en Instagram.

Las escenografías creadas en todos los eventos se focalizaron en los tonos rojos, tarima roja, sillones y sillas rojas, incluso iluminación roja, centralizando el ambiente al color corporativo de los socialistas.

Figura 9: Imagen de uno de los escenarios de un acto del PSOE



Fuente: PSOE Canarias [@psoe_canarias]. Consultado el 1 de junio de 2023 en Instagram.

Algunos actos, el candidato estaba arropado por muchísima gente de fondo creando un ambiente de fuerza, unión y grandeza. En cambio, en otros actos, el candidato estaba solo en el escenario dándole un mayor protagonismo al mismo.

Figura 10: El candidato socialista solo en la escena



Fuente: PSOE Canarias [@psoe_canarias]. Consultado el 1 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 11: El candidato socialista arropado en la escena



Fuente: PSOE Canarias [@psoe_canarias]. Consultado el 1 de junio de 2023 en Instagram.

Uno de los detalles que más llamaban la atención en algunos de los actos organizados por el PSOE fueron los fondos de pantallas con paisajes de algunos rincones del archipiélago, potenciando de esa forma la imagen natural, tradicional y sostenible que quieren dar. Además, con imágenes así aportan un valor añadido y dan mayor importancia a la isla donde se celebre el acto y a su gente.

Con respecto a las puestas en escena eran bastante simples con un fuerte protagonismo hacia las personas candidatas. En la mayoría de ellas, iban presentando a las personas cabezas de lista y por último al candidato Torres, de esta forma iban llenando el espacio poco a poco y a la hora de salir el líder del PSOE en Canarias estaba arropado por los suyos. Otras veces, simplemente subía Torres, siendo el protagonista de la escena ayudando a crear una atmósfera intimista. Es reseñable apuntar, que en todos los actos el que cerraba el turno de palabras era el candidato regional, Torres.

Los espacios elegidos solían ser espacios cerrados o lugares al aire libre, pero siempre llevando la misma estructura: tarima, trasera con pantalla, acompañado de personas o solo el líder. Destaca en ellos los fondos de pantalla que llevaban paisajes de Canarias, añadiendo el valor de la identidad del archipiélago y una forma de apostar por el ecologismo.

Figura 12: Detalle del paisaje de las pantallas



Fuente: PSOE Canarias [@psoe_canarias]. Consultado el 1 de junio de 2023 en Instagram.

Por último, en algunos actos la tipografía 3D del PSOE iba acompañada con el nombre de la isla donde se encontraban, una nueva forma de apostar por la identidad y el sentimiento de pertenencia del partido en Canarias.

Figura 13: Detalle letras 3D con el nombre de la isla



Fuente: PSOE Canarias [@psoe_canarias]. Consultado el 1 de junio de 2023 en Instagram.

5.2.2. *Actos de Coalición Canaria.*

La precampaña y campaña electoral de Coalición Canaria estuvo protagonizada por el candidato Fernando Clavijo Batlle, candidato por la lista autonómica al Parlamento de Canarias para las elecciones del 28 de mayo de 2023.

Lo más destacable de las apariciones del equipo de Coalición Canaria fue el calzado deportivo de alguna de las personas candidatas mostrando los colores y el logo del partido. Este candidato también visitó todas las islas y en muchas ocasiones coincidiendo con la presentación de las candidaturas locales e insulares.

Con respecto a la escenografía en los eventos siempre estaban las personas de fondo haciendo de arropo y simbolizando la unión y fuerza del partido. A excepción de uno de ellos, donde una tarima central hacía de escenario y las diferentes personas que intervinieron eran libres de moverse por el espacio, mientras estaban envueltos por el público, una forma de crear naturalidad.

Figura 14: Tenis con el logo del Coalición Canaria



Fuente: Coalición Canaria [@coalicionc]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 15: Tenis con los colores de Coalición Canaria



Fuente: Coalición Canaria [@coalicionc]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 16: Tarima central rodeada de público en un acto de Coalición Canaria



Fuente: Coalición Canaria [@coalicionc]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

Con respecto a la simbología, se pueden observar en algunos actos la utilización de la bandera de las 7 estrellas verdes: en una ocasión se ve bien colocada como símbolo de enaltecimiento a dicho emblema y en otra ocasión en el suelo, casi más como un elemento decorativo.

Figura 17: Bandera de las 7 estrellas verde



Fuente: Coalición Canaria [@coalicione]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 18: Bandera de las 7 estrellas verde en el suelo



Fuente: Coalición Canaria [@coalicione]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

Si se continúa analizando la simbología, se puede ver como en algunos actos hicieron entrega a las personas asistentes de banderas con el logotipo del partido y otras con una mezcla entre los colores de la bandera oficial del archipiélago con 7 estrellas verde.

Figura 19: Bandera con el logotipo de Coalición Canaria



Fuente: Coalición Canaria [@coalicionc]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 20: Banderas con los colores de la insignia de Canarias y las 7 estrellas verde



Fuente: Coalición Canaria [@coalicionc]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

Con respecto a los detalles de las escenografías de los distintos actos de Coalición Canaria, suelen ser simples donde se coloca de fondo alguna lona corporativa o pantallas, y en algunos casos las dos cosas y normalmente fondos con gente. Aun así, el elemento más reseñable son los colores de las luces en unos de los actos que pintaban el ambiente con los tonos de la bandera canaria.

Figura 21: Ejemplo de escena con pantalla en un acto de Coalición Canaria



Fuente: Coalición Canaria [@coalicione]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 22: Ejemplo de escena con lona en un acto de Coalición Canaria



Fuente: Coalición Canaria [@coalicione]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 23: Detalle de las luces con los colores de la bandera de Canarias en un acto de Coalición Canaria



Fuente: Coalición Canaria [@coalicionc]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

Igualmente, Coalición Canaria realizó varios actos al aire libre, y uno de ellos acentuaba por su simpleza, donde meramente con un micrófono y unos altavoces y el calor de las personas asistentes, creaban un ambiente cercano y natural, simbolizando uno de los principales ideales del partido que nos comentaba la Señora Cervino en la entrevista realizada para esta investigación.

Figura 24: Acto al aire libre de Coalición Canaria



Fuente: Coalición Canaria [@coalicionc]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

La Campaña de Coalición Canaria tuvo algún que otro matiz de mayor importancia para La Palma, quizás para popularizar todo lo relacionado con el volcán palmero y las personas afectadas por él. Un *roll-up* con la silueta de la isla con los colores de la bandera de Canarias y el *hashtag* “hechos”, creaba una simbología afirmando que con Coalición Canaria para las personas de La Palma habrán hechos, habrá ayudas, habrá soluciones.

Igualmente, el candidato a la Presidencia de Canarias por el partido nacionalista hizo una aparición con los medios delante del volcán de Cumbre Vieja, afirmando su compromiso con el pueblo palmero, dejando una imagen muy simbólica y sentimental para toda Canarias.

Figura 25: Roll-up de Coalición Canaria con la silueta de La Palma



Fuente: Coalición Canaria [@coalicionc]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 26: El Señor Clavijo delante del volcán de La Palma



Fuente: Coalición Canaria [@coalicione]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

Asimismo, destacó uno de los momentos más originales de la campaña de Coalición Canaria (junto a los tenis personalizados), donde en un acto, donde el candidato a la Alcaldía de San Cristóbal de La Laguna por Coalición Canaria mostró una sudadera con varios verbos que definían las acciones del propio candidato como las del partido al que representa.

Por último, destacar que Coalición Canaria no nombró a sus mítines de fin de campaña como tal, sino que lo denominaron como una fiesta. Siendo esta una forma de renombrar el acto para que, quizás, los menos encariñados con la política se acercaran de forma curiosa para conocer de qué se trataba.

Figura 27: Candidato de Coalición Canaria de San Cristóbal de La Laguna, mostrando su camisa con verbos



Fuente: Coalición Canaria [@coalicione]. Consultado el 5 de junio de 2023 en Instagram.

5.2.3. Actos del Partido Popular de Canarias.

El Partido Popular de Canarias tuvo una jornada preelectoral muy diferente a lo que realizó el resto de los partidos analizados, donde la espectacularidad de los actos no se vio reflejada, optando por actos sencillos y tener más contacto con las personas votantes.

Manuel Domínguez González, candidato a la Presidencia del Gobierno de Canarias, protagonizó una campaña bastante cercana con la ciudadanía como si de un alcalde se tratara. Realizó bastantes reuniones con grupos pequeños de personas y sus mítines solían ser muy simples.

Además, llama la atención que muchos de los actos fueron desarrollados en la isla de La Palma, con mucho hincapié en popularizar el volcán palmero y las personas afectadas por él.

Con respecto a elementos del Protocolo, se puede ver como en una presentación de candidatos de la isla de El Hierro, en la escenografía se disponen las banderas de España, Canarias y la insular, bien colocadas, ayudando a referenciar a los públicos donde están situados.

Figura 28: El Señor Domínguez con la ciudadanía



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 29: Banderas institucionales en un mitin



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Si se continúa narrando aspectos del Protocolo, en algunos de sus actos los públicos hacen un uso de banderas de España y banderas con el logo de partido.

Figura 30: Acto del PP con banderas de España



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 31: Acto del PP con banderas del logotipo del partido



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Otros de los elementos que se pueden ver en los actos del Partido Popular de Canarias es el uso del logo 3D, aunque no en muchos de ellos, fue un elemento del que hicieron poco uso. En cierto modo, no realizaron una campaña potenciando su logotipo, pero si otros aspectos como acentuar Canarias con imágenes en pantallas de lugares y paisajes de las

islas, presentes en la realización de casi todos sus eventos en el exterior. Recreando de esta manera unos actos peculiares, distintos y cercanos.

Figura 32: Letras 3D del Partido Popular



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 33: Pantallas con paisajes de Canarias durante un acto del PP



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 34: Un acto al aire libre del Partido Popular



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 35: Acto en Los Llanos de Aridane, con la cruz como protagonista, en un acto del PP



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Pero sin duda, uno de los actos que más destaca por su elegante puesta en escena fue en la presentación de candidatos para las elecciones del 28 de mayo en la isla de La Palma. Donde se puede apreciar un predominio de las tonalidades azules y blancas, las personas candidatas sentadas en el escenario arropando al resto, los nombres de las cabezas de lista en cartelería a los laterales, junto al nombre del municipio (Los Llanos de Aridane) para

detonar sentimiento de pertenencia. Pero, sobre todo, destaca como iluminaron la cruz de la iglesia que quedaba estratégicamente detrás de la escena, dándole un protagonismo significativo a este símbolo y a lo que representa el catolicismo en las filas del Partido Popular.

Es cierto, que en muchos actos quieren que el candidato esté arropado por demás personas del partido, al igual que la utilización de elementos como los cubos 3D con el logotipo. Igualmente, en los actos celebrados en espacios cerrados, juegan con la iluminación blanca y azul para recrear una atmósfera corporativista.

Figura 36: Acto del PP el candidato arropado y cubos 3D con el logotipo



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 37: Detalle de las luces azules y blancas en un acto del Partido Popular



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Igualmente, hay que añadir que muchas apariciones del Partido Popular fueron por medio de entrevistas que le realizaron, volviendo a mostrar escenas de cercanía y muy simples.

Figura 38: Participación del Señor Domínguez en un encuentro político en Tiempo de Canarias



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 39: Reunión entre la Asociación de Agricultores y Ganaderos de Canarias y el Partido Popular



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Asimismo, preparó diferentes eventos para jóvenes, agricultores y distintos colectivos de interés para el partido. Por ejemplo, para jóvenes se celebró un acto con una disposición muy simple y moderna, como fondo una pantalla gigante, en un lateral los candidatos y

Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado

Av. Astrofísico Francisco Sánchez, s/n, 38203 La Laguna, Santa Cruz de Tenerife

ocupando el centro el que dialogaba. Por otro lado, una reunión con la Asociación de Agricultores y Ganaderos de Canarias, se realizó en una mesa diagonal, sentados para entablar un diálogo más extendido, y que presidía el Señor Domínguez.

Figura 40: Evento del PP para jóvenes



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 41: Candidatos al Parlamento de Canarias por el PP frente a la Presidencia del Gobierno



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Destacar, el acto de presentación de la lista autonómica que se realizó delante de la Presidencia del Gobierno en Santa Cruz de Tenerife, un acto cargado de simbolismo,

Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado

Av. Astrofísico Francisco Sánchez, s/n, 38203 La Laguna, Santa Cruz de Tenerife

donde se puede ver a las personas candidatas en el lugar donde quieren estar los próximos cuatro años.

Figura 42: Acto previo al inicio de campaña del PP



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

Figura 43: Acto cierre de campaña del Partido Popular



Fuente: Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en Instagram.

De manera resumida, las anteriores figuras (Figura 42 y 43) que coinciden con el cierre de campaña y con la exposición de los carteles de las personas candidatas previo al inicio

de campaña, representan de forma gráfica como fue la campaña del Partido Popular de Canarias: simples, cercanas y en el exterior.

5.3. Resultados.

Los resultados obtenidos tras la selección bibliográfica elaborada para el marco teórico, las entrevistas realizadas y el análisis de los eventos en la campaña electoral de junio de 2023, se han dividido en los relacionados con el Protocolo, la simbología y la escenografía como conjunto en la Comunicación Política.

En este apartado se analizó lo siguiente:

1. Los fundamentos de la teoría: extrayendo de forma resumida los puntos más significativos y donde existía paridad de opinión en los diferentes autores estudiados.
2. El aporte de los entrevistados: sirve para conocer la forma directa la opinión de expertos en la materia y trabajadores en activo en los departamentos de comunicación de los diferentes partidos políticos que han sido analizados. Tras ello, se seleccionan las aportaciones más destacadas, realizando comparativas.
3. Lo que se vio en *Instagram*: gracias a esta red social se pudo analizar los eventos políticos de los diferentes partidos, en donde se prestó especial atención a la simbología, la escenografía, elementos de la marca política y al protocolo en general.

Los resultados expresados a continuación sintetizan lo que es la Comunicación Política, y lo que se extrae de la investigación en relación con el Protocolo, la simbología y la escenografía de los eventos políticos.

La Comunicación Política se trata de un contenido para analizar que está en auge y constante cambio debido a los avances sociales tan rápidos que existen hoy en día y a la necesidad que tienen los agentes políticos de innovar para atraer la atención de las personas votantes. Es en ella, en la que muchos autores afirman que no solo se trata de una comunicación meramente de mensajes, sino de imágenes y símbolos.

Resumidamente, la Comunicación Política va en busca de la persuasión de un determinado receptor, donde se hace un uso del intercambio de símbolos y mensajes con una estrategia comunicativa entre diferentes actores con el fin de influir en ellos y mantener o conseguir sus objetivos políticos.

En lo referente al Protocolo, se observa cómo la mayoría de autores afirman que el Protocolo tiene su espacio dentro de la comunicación de cualquier organización y que se muestra como una herramienta capaz de transmitir imagen de representación, ofrece acercamiento a los públicos y que es un elemento que sigue estando presente en cualquier ámbito social.

Igualmente, las personas profesionales entrevistadas afirman que el Protocolo es una herramienta imprescindible en la Comunicación Política, y hay consenso en que se trata de un elemento que ofrece orden a cualquier acto. En cambio, no se aprecia en los actos celebrados en campaña electoral que hayan utilizado esta herramienta para implementar estos. Es cierto que hay orden en la estructura de los eventos, pero no se encuentran precedencias ni presidencias determinadas ni una estructuración del público, abunda sobre todo lo simbólico.

Asimismo, se extrae en las entrevistas de los trabajadores en la Comunicación Política que saben que es necesario, pero no saben cómo usarlo, y algunas veces lo solapan con el Protocolo oficial.

Es en lo simbólico, quizás, donde pueda existir un mayor acuerdo entre todos los factores, hay autores que lo definen como una especie de lenguaje visual, donde un pequeño detalle está cargado de un gran significado y que estos están constantemente emitiendo mensajes, por lo que lo define como un gran componente comunicador, aún más en la Comunicación Política. Igualmente, los expertos entrevistados narran que la simbología es clave para comunicar con la imagen, reafirmando su opinión los trabajadores de la comunicación en partidos políticos entrevistados, aseverando que los símbolos son la principal carta de presentación de los partidos políticos, que manifiestan la identidad y ayuda a diferenciarlo con otros partidos.

Aparte de lo ya comentado, en la simbología analizada de los eventos políticos previa y durante la campaña electoral de las elecciones locales y autonómicas de 2023, se ve cómo

es más importante mostrar el símbolo que utilizar los discursos, esto es debido a que es más fácil convencer con una imagen que con palabras. Además, la simbología no solo está asociada a los elementos representativos de los partidos políticos, sino a la escenografía en su conjunto.

Se aprecian detalles insignificantes pero cargados de simbología, como la iluminación de una cruz de la fachada de una iglesia en un evento del Partido Popular, que sin duda era un elemento alegórico a los ideales del partido. Otro ejemplo, los zapatos con los colores y el logotipo del partido de algunos candidatos de Coalición Canaria. Y, por último, la bandera de las siete estrellas verdes en algunos de los actos de Coalición Canaria representado la nacionalidad del partido, intentando alejar los símbolos oficiales del archipiélago, definiéndolos como simbología de España, apoderándose de estos elementos para significar que son el partido de las Islas Canarias.

Además, se puede ver como en alguno de los actos está presente la simbología oficial, como se aprecia en uno evento del Partido Popular con la bandera española, canaria y la insular de El Hierro. Igualmente, en muchas apariciones del mismo partido se aprecian enseñas de España entre el público, cuando no deberían estar presentes en estos eventos ya que está normatizado el uso de la simbología oficial.

Por último, con respecto a la escenografía, en todos los actos se aprecian espacios con los colores del partido político que, además, algunas veces iban acompañados con iluminación corporativa. Por ejemplo, se ve como los escenarios del PSOE estaban presentes las tarimas rojas y los focos del mismo color, para generar a las personas receptoras una imagen rápida de este.

Otro aspecto importante, es el lugar escogido para la realización de los eventos, desde grandes auditorios hasta eventos al aire libre donde primaba la naturaleza, creando incongruencias donde algunos eventos denotan poder y unión, y se observan escenarios repletos de personas, frente a otros que muestran cercanía y simplicidad, celebrándose a pie de calle sin escenario.

Las pantallas, son otro de los elementos imprescindibles que son usados para modificar las escenas de forma rápida, utilizados por la mayoría de los partidos con los logotipos, imágenes de personas y paisajes del archipiélago. Otros elementos decorativos como los

cubos y las letras 3D han acompañado a los tres partidos políticos analizados, donde en algunas ocasiones han posicionado el nombre del partido con la isla en la que acudían, como es el caso del PSOE cuando realizó un evento de campaña en La Gomera.

Normalmente, los protagonistas en las escenas son personalidades políticas, desde las candidaturas municipales, hasta las autonómicas. Es cierto, que el eje de la precampaña y la campaña electoral se vio protagonizado por el cabeza de lista autonómico al Parlamento de Canarias, el cual acudía al resto de islas para apoyar a las candidaturas locales y así poder desarrollar actos en todas las islas. Otro aspecto importante es la colocación de candidatos en el escenario a modo de fachada, un elemento que usó desmesuradamente el PSOE, pero que en eventos de Coalición Canaria y Partido Popular se pudieron observar en algunas ocasiones. Paralelamente, en otros actos se ve al protagonista político en el centro, arropado por las personas asistentes, o solo en un inmenso escenario como agente representativo del partido al que pertenece.

6. Conclusiones

Tras la realización de las entrevistas a expertas en Comunicación Política y Protocolo, las entrevistas a personas que trabajan en activo en la comunicación de partidos políticos y el análisis a través de *Instagram* que se ha realizado de Partido Socialista Obrero Español, Coalición Canaria y Partido Popular, basándose en el marco teórico de este trabajo, se ha extraído las conclusiones que se detallan a continuación.

Los eventos políticos generan impacto social, informativo y político, lo que se traduce en creadores de eventos noticiables y el centro mediático, por lo que una buena puesta en escena y una correcta preparación de la comunicación puede favorecer en gran medida a cumplirse el objetivo del mismo.

Actualmente, los partidos políticos se encuentran en continua campaña electoral, donde los actos que realizan no cesan durante los cuatro años y se mezcla el mundo político con el de las Administraciones Públicas. Lo que crea un conflicto en la utilización de la simbología política, como los logotipos y los elementos más significativos del partido, con los símbolos oficiales.

Los eventos de campaña tienen como objetivo transmitir mensajes de movilización para conseguir obtener el voto. Se trata de actos muy mediáticos con muchas acciones y mensajes persuasivos para sus públicos.

Todas las personas entrevistadas afirman que los eventos son una herramienta principal en la comunicación, pero se desconoce si cuentan con profesionales de los eventos y el Protocolo para la organización de los mismos.

Otro aspecto que se ha sacado en conclusión es que los eventos políticos generan unidad, imagen de orden, mejora las relaciones con públicos internos y externos y aumentan la reputación. Tendencia que se pone de manifiesto al ver como publican los mismos por redes sociales, hacen declaraciones, participan en entrevistas o suben material audiovisual para poder trasladar mensajes que se potencian gracias a las escenografías creadas en cada uno de ellos.

Si no fuera importante trasladar la imagen de los símbolos, no se publicarían los mismos o simplemente se escucharían mensajes políticos, pero las imágenes potencian el mensaje.

Un aspecto importante de las campañas electorales es que el cabeza de lista autonómico es el que suele apoyar al resto de las personas representantes a nivel insular y municipal en cada uno de los eventos, sobre todo en las presentaciones, para así, transmitir unión en los diferentes niveles administrativos.

No se encuentra en ninguno de los actos una colocación protocolaria o *sitting* de los invitados que guarde una relación. Es cierto, que en la mayoría de ocasiones el cabeza de lista toma el espacio central, pero no se encuentra un orden a la hora de establecer presidencias en el público o en los escenarios.

Se vuelve casi una moda que los partidos políticos hagan de sus mítines un evento estratégico el cual está diseñado en muchas ocasiones para las redes sociales. Se pasa de un mitin tradicional a ir en busca de una imagen y escenografía relevante que busque impacto y presencia, primando ser novedoso e innovador.

Las redes sociales, se podría decir, que se han convertido en el escaparate político por excelencia, siendo un canal imprescindible en la comunicación de la imagen del partido. La publicación de eventos genera grandeza y unión para los receptores, creando mayor reputación y repercusión.

Por ello, se debe tener en cuenta:

- Coherencia en las comunicaciones, tanto interna como externas.
- Difundir imagen positiva.
- Apostar por las relaciones con sus públicos.
- Los eventos deben tener coherencia con la ideología del partido.

Gracias a los eventos se puede conseguir una imagen propia como organización política, que puede originar la diferenciación en el mercado político, pudiendo atraer a más votantes, ya que su fin principal es llegar al poder de forma democrática con el voto de todos los ciudadanos.

El Protocolo forma parte de las herramientas de comunicación en los partidos políticos y colabora en establecer beneficios a la hora de generar reputación e imagen, busca la coherencia en sus acciones e influye positivamente en las relaciones con sus públicos.

Pero lejos de su importancia, no se aprecia el Protocolo en los diferentes eventos que se han podido observar en la red social de *Instagram*. Quizás, porque sea una disciplina creada para el sector público y pueda ocasionar confusión sobre los beneficios intangibles que aporta a nivel político o en organizaciones privadas. Pero existe cierto consenso en los entrevistados y lo que se ha podido extraer de diferentes autores de que el Protocolo facilita la organización y coordinación de los actos, sin dar cavidad a la improvisación. Quizás pueda verse el Protocolo como una herramienta que conlleve rigidez o simplemente por desconocimiento de la materia en los encargados de la comunicación en los partidos políticos que han sido analizados.

Igualmente, es de reseñar, que en los eventos de campaña se puede apreciar la grandeza de alguno de ellos, donde se proyectaban imágenes de espacios masificados de personas, como eventos más cercanos, de pie y donde político y público estaban a la misma altura. Se aprecia como en alguno de ellos quieren comunicar con la escenografía la grandeza y la fuerza del partido, en contraposición de ser un partido natural y cercano.

Con respecto a la simbología, es la verdadera protagonista en los diferentes eventos políticos, desde símbolos propios del partido hasta símbolos nacionalistas y oficiales.

Los logotipos del partido ayudan a crear identidad, aunque su uso ha dejado de ser tan agresivo y se ha optado por el uso de escenas con los colores corporativos, nuevos iconos como el corazón del PSOE o los colores de la bandera canaria en Coalición Canaria.

El uso de la bandera de las siete estrellas verdes por parte de Coalición Canaria es como la noche y el día con respecto a su uso: se puede observar bien colocada en un asta o tirada en el suelo como un elemento decorativo.

La tecnología ha ayudado a crear espacios más versátiles en los actos políticos, donde además de los equipos de sonidos ya habituales, está en uso la implementación de pantallas con las que se pueden añadir creativamente con los logos y símbolos de los

partidos políticos, pero sobre todo para proyectar paisajes y lugares de Canarias y ganar repercusión y sentimiento de pertenencia para sus públicos.

En resumen, y cumpliendo el objetivo principal de esta investigación, se debe integrar la disciplina del Protocolo y los eventos en la Comunicación Política como una de las principales herramientas para crear intangibles en las organizaciones políticas.

A la par, la simbología juega el papel protagonista de las comunicaciones políticas, atendiendo al dicho popular de “más vale una imagen que mil palabras”. En redes sociales, uno de los principales canales de Comunicación Política, no se ven discursos, ni grandes palabras acompañando a las imágenes, son estas las que hablan por sí solas, las que transmiten y las que hacen pensar a las personas receptoras. Si la simbología no tuviera importancia, las personas representantes de la política acudirían con un micro y altavoz para que sus receptores escucharan; en cambio, una imagen es mucho más fuerte que las palabras.

Los partidos políticos están constantemente comunicando, incluso cuando llegan al poder de las Administraciones Públicas intentan representar sus políticas con mensajes casi subliminales, dejando su marca de partido y donde en muchas ocasiones la labor del protocolista es atender a que esa imagen se vea representada. No solo los símbolos oficiales de las diferentes Instituciones Públicas.

El Protocolo es la base principal que aúna símbolos, escenografía y eventos y que con un buen uso de esta herramienta se puede llegar alcanzar una Comunicación Política más eficiente y eficaz. Por ello, se propone que, para tener una correcta Comunicación Política, se usen los siguientes elementos del Protocolo:

- Organización estructural del partido político
- Símbolos
- Escenografía
- Precedencia
- Presidencia

- Ordenación de invitados
- Actos de partido
- Eventos internos
- Asambleas
- Consejos políticos: ordinarios y extraordinarios
- Formación
- Aniversarios
- Día del partido
- Premios y distinciones
- Homenajes
- Actos Corporativos
- Ruedas de prensa
- Presentación de campañas políticas
- Firmas de convenios de colaboración
- Visitas a la sede
- Eventos electorales
- Encuentros
- Paseos y visitas electorales
- Puerta a puerta
- Reuniones a domicilio
- Eventos macro-políticos

- Mítines
- Entrevistas
- Debates
- Material protocolario escrito (invitaciones, programa, escaleta, secuencia, hoja de responsables, nota de Protocolo, cartas)

En definitiva, podría reflexionarse sobre la aseveración de Tayllerand “solo los tontos se burlan del Protocolo” ya que este simplifica la vida y es que hay que mostrar lo que significa y lo que puede llegar hacer esta herramienta para ayudar a la comunicación de los partidos políticos y de cualquier organización, que contundentemente, es lo que viene a mostrar este trabajo: que el Protocolo puede ser un elemento comunicativo.

7. Bibliografía

- ABC (16 de agosto de 2017). Resulto el misterio del origen de la bandera canaria. ABC Canarias. Recuperado el 22 de abril de 2023 de: https://www.abc.es/espana/canarias/abci-resuelto-misterio-origen-bandera-canaria201708151849_noticia.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F
- Abreu Galindo, J. (1632). Historia de La Conquista de las siete islas de Gran Canaria. Imprenta, litografía y librería Isleña.
- Arora y Laswell, H (1969). *Political Communications: The Public Language of Political Elites in Indiana and the United States*. Holt, Rinehart and Winston, Nueva York.
- Beattie, J. (1985). *Otras culturas. Objetivos, métodos y realizaciones de la Antropología Social*. Fondo de la Cultura Económica.
- Blake, R. H. y Haroldsen, E. O. (1975): *A Taxonomy of Concepts in Communication*. Galway. *MW Books*.
- Canarias7 (23 de agosto de 2005). El can, símbolo de Canarias, comienza a ‘desaparecer’. Canarias7. Recuperado el 3 de mayo de 2023 de: https://www.canarias7.es/hemeroteca/el_can_simbolo_de_canarias_comienza_a_desaparecer-KMCSN8396?ref=https%3A%2F%2Fwww.canarias7.es%2Fhemeroteca%2Fel_can_simbolo_de_canarias_comienza_a_desaparecer-KMCSN8396
- Canel, M. J. (2006). *Comunicación Política; una guía para su estudio y práctica*. Editorial Tecnos, Madrid.
- Capriotti, P (1999): Comunicación corporativa; Una estrategia de éxito a corto plazo. Artículo publicado en Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo (Argentina), N. 13, agosto 1999, pp. 30- 33.
- Cassirer, E. (1977). *Antropología Filosófica. Introducción a una filosofía de la cultura*. Fondo de la Cultura Económica.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Barcelona: Editorial UOC.

Chafee, S. (1975). *Political Communication*. Sage, Beverly Hills.

Clar Fernández, J. M. (10 de noviembre de 2016). El escudo de Canarias. El Día La Opinión de Tenerife. Recuperado el 3 de mayo de 2023 de: <https://www.eldia.es/criterios/2016-11-10/15-escudo-Canarias.htm>

Coalición Canaria [@coalicionc]. Consultado el 5 de junio de 2023 en *Instagram*.

Constitución Española. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 29 de diciembre de 1978, núm. 311, 29313 – 29424.

Costa, J. (1992). *Imagen pública una ingeniería social*. Fundesco.

Decreto 95/2003, de 21 de mayo, por el que se regulan los usos del himno de Canarias. *Boletín Oficial de Canarias*. Las Palmas de Gran Canaria, 23 de mayo de 2003, núm. 98, 8333 – 8375.

Decreto 202/1997, de 7 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento de Precedencias en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias. *Boletín Oficial de Canarias*. Santa Cruz de Tenerife, 24 de septiembre de 1997, núm. 124, 11639 – 11641.

Delgado, R. (2008). *La bandera Nacional Canaria*. Grupo de Opinión Canarias Nación.

Elías C. y Mateos C. (16 de enero 2021). *Descapitolio: destrucción icónica de la democracia*. El Mundo.

Erbez, J. M. (12 de noviembre de 2019). El “Pendón de la Conquista” de Tenerife. Lo que las piedras cuentan. Recuperado el 18 de febrero de 2021 de: <https://loquelaspedrascuentan.blogspot.com/2019/11/el-pondon-de-la-conquistade-tenerife.html>

Erbez, J. M. (s.f.). Historia de la bandera canaria. Símbolos de Canarias. Recuperado el 18 de abril de 2023 de: <http://simbolosdecanarias.proel.net/index.php/esp/bandera-de-canarias>

Erbez, J. M. (s.f.). Historia del escudo de Canarias. Símbolos de Canarias. Recuperado el día 3 de mayo de 2023 de:
<http://simbolosdecanarias.proel.net/index.php/esp/escudo-de-canarias>

Erbez, J. M. (s.f.). Historia del escudo de Canarias (II). Símbolos de Canarias. Recuperado el día 3 de mayo de 2023 de:
<http://simbolosdecanarias.proel.net/index.php/esp/escudo-de-canarias/siglo-xviii>

Erbez, J. M. (s.f.) Historia del escudo de Canarias (III). Símbolos de Canarias. Recuperado el día 3 de mayo de 2023 de:
<http://simbolosdecanarias.proel.net/index.php/esp/escudo-de-canarias/siglos-xix-yxxx>

Erbez, J. M. y Balbuena, L. (2008). Colores al viento. El mundo de las banderas [Archivo PDF]. <http://simbolosdecanarias.proel.net/xtras/file/coloresalviento.pdf>

Eulau, H, Eldersveld, S y Janowitz, M (1956): *Political Behaviour, a reader in Theory and Research*. The Free Press, Illinois.

Fagen, R. R. (1966): *Politics and Communication: an Analytic Study*. Boston. Little Brown & Company.

Fuente, C. (2007). *Protocolo para eventos*. Ediciones Protocolo.

García Fuente, D. (2015). *Protocolo y ordenación de banderas. Repercusión mediática en la prensa española*. Universidad Camilo José Cela.

Gosellin, André y Mouchon (comps), *Comunicación y política*. Gedisa, Barcelona páginas 110-130.

Gobierno de Canarias (30 de mayo de 2019). Himno de Canarias. Recuperado el día 29 de mayo de 2023 de:
<https://www.gobiernodecanarias.org/presidencia/diade Canarias/2019/Himno/index.html>

- Guevara Castillo, M. (2009). *Información política y opinión pública en la prensa: actores, polifonía y estrategias en la construcción del temario*. Universidad Santiago de Compostela.
- La Laguna Ahora (30 de mayo de 2020). El Escudo de Canarias a través del tiempo. 30 de mayo Día de Canarias. Recuperado el 29 de mayo de 2023 de: <https://lalagunaahora.com/el-escudo-de-canarias-a-traves-del-tiempo-30-de-mayodia-de-canarias/>
- Ley 20/2003, de 28 de abril, del Himno de Canarias. *Boletín Oficial del Estado*. Las Palmas de Gran Canaria, 8 de julio de 2003, núm. 162, 26519 – 26521.
- Ley 33/1981, de 5 de octubre, del Escudo de España. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 18 de octubre de 1981, núm. 250, 24477 – 24477.
- Ley 39/1981, de 28 de octubre, por la que se regula el uso de la bandera de España y el de otras banderas y enseñas. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 12 de noviembre de 1981, núm. 271, 26494 – 26495.
- Ley Orgánica 1/2018, de 5 de noviembre, de reforma del Estatuto de Autonomía de Canarias. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 6 de noviembre de 2018, núm. 268, 107645 – 107708.
- Ley Organiza 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 20 de junio de 1985, núm. 147, 19110 – 19134.
- Ley Orgánica 6/2002 de 27 de junio, de Partidos Políticos. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 28 de junio de 2002, núm. 154, 23600 – 23607.
- Ley Orgánica 10/1982, de 10 de agosto, de Estatuto de Autonomía de Canarias. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 16 de agosto de 1982, núm. 195, 22047 – 22053.
- Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 24 de noviembre de 1995, núm. 281, 33987 – 34058.
- Luque Cambre, R. (2003). *Canarias: textos fundamentales para la autonomía*. Producciones Gráficas.

- Marcos García, S. (2018). *Las redes sociales como herramienta de la Comunicación Política. Usos políticos y ciudadanos de Twitter e Instagram*. Universitat Jaume I.
- McNair, B. (2006). *Cultural chaos. Journalism, news and power in a globalised world*. Londres: Routledge.
- Meadow, R. G. (1980): *Politics As Communication*. New York. Ablex Publishing Corporation.
- Morris, D (2012): *El nuevo príncipe*. 6 ed. editorial el Ateneo, Buenos Aires.
- Nimmo, D. (1978). *Political Communication and Public Opinion in America*. Goodyear Publishing Company, California.
- Orden de 10 de abril de 1989 por la que se aprueba la bandera de la isla de Gran Canaria. *Boletín Oficial de Canarias*. Santa Cruz de Tenerife, 26 de abril de 1989, núm. 59, 1392 – 1393.
- Orden de 9 de mayo de 1989 por la que se aprueba la bandera de la isla de Tenerife. *Boletín Oficial de Canarias*. Santa Cruz de Tenerife, núm. 70, 22 de mayo de 1989.
- Partido Popular de Canarias [@ppdecanarias]. Consultado el 9 de junio de 2023 en *Instagram*.
- PSOE Canarias [@psoe_canarias]. Consultado el 1 de junio de 2023 en *Instagram*.
- Pumar Vázquez, J. (1990). *Guía de Ceremonial y Protocolo*. Caixa Galicia, 2ª edición.
- Radio Televisión Canaria (11 de noviembre de 2018). Así cambia el escudo en el nuevo Estatuto de Canarias. Recuperado el 4 de mayo de 2023 de: <http://www.rtv.es/noticias/asi-cambia-el-escudo-en-el-nuevo-estatuto-de-canarias189812.aspx#.YEDComj7SUM>
- Real Academia Española (s.f.). *Política*. Real Academia Española. Recuperado el 30 de marzo de 2023 de: <https://dle.rae.es/pol%C3%ADtico>

Real Academia Española (s.f.). *Simbolo*. Real Academia Española. Recuperado el 8 de marzo de 2021 de: <https://dle.rae.es/s%C3%ADmbolo>

Real Decreto 684/2010, de 20 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Honores Militares. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 22 de mayo de 2010, núm. 125, 44835 – 44850.

Real Decreto 1511/1977, de 21 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de Banderas y Estandartes, Guiones, Insignias y Distintivos. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 1 de julio de 1977, núm. 156, 14744 – 14765.

Real Decreto 1560/1997, de 10 de octubre, por el que se regula el Himno Nacional. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 11 de octubre de 1997, núm. 244, 29594 – 29600.

Rey, F (1995). Marketing político; ¿Hacer pensar o hacer sonar? Comunicación y – sociedad volumen VIII, nº 2 páginas 173-184.

Rodríguez Peñas, T. (2013). *Las banderas en el mundo*. Estado Actual. Emblemata.

Sibaja, G (2012, julio). Modelo para el estudio de la Comunicación Política. Trabajo presentado en el I Congreso Alice celebrado en Madrid.

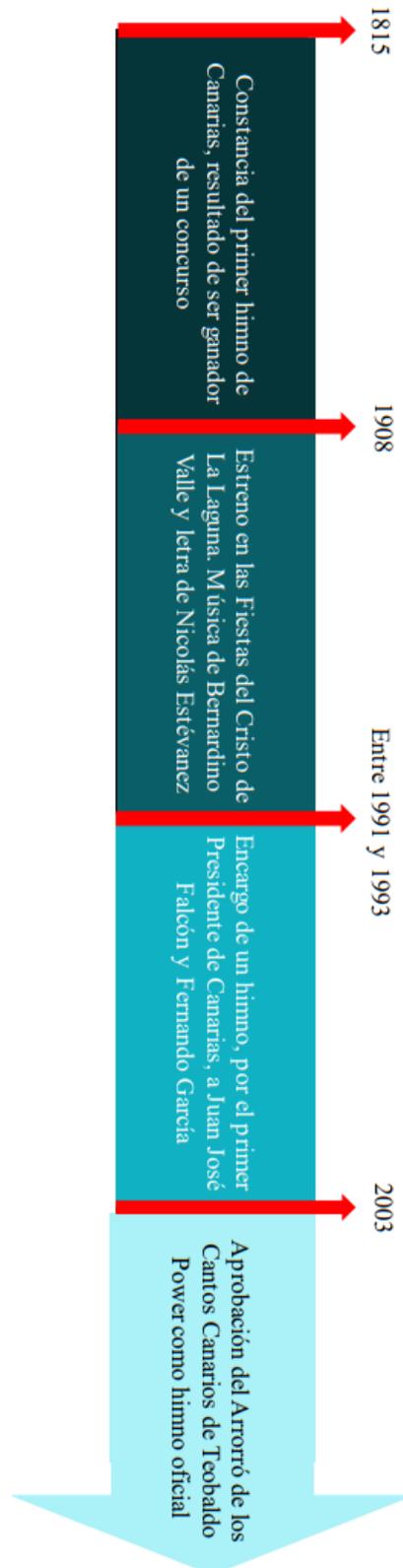
Sierra Sánchez, J. (2008). Protocolo: herramienta comunicativa, persuasiva y simbólica. Universidad San Jorge.

Tribunal Supremo. Sala de lo Contencioso. Sentencia 1163/2020; 26 de mayo de 2020.

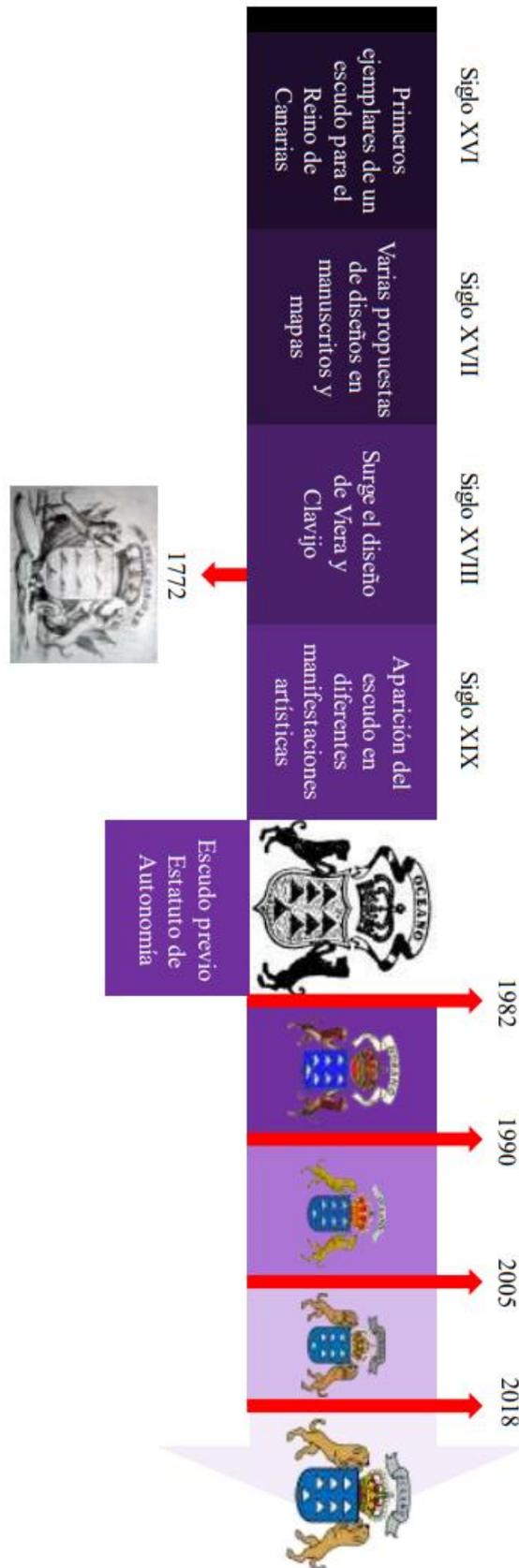
Wolton, D. (1998). Las contradicciones de la Comunicación Política. Gauthier, Gilles.

Anexos

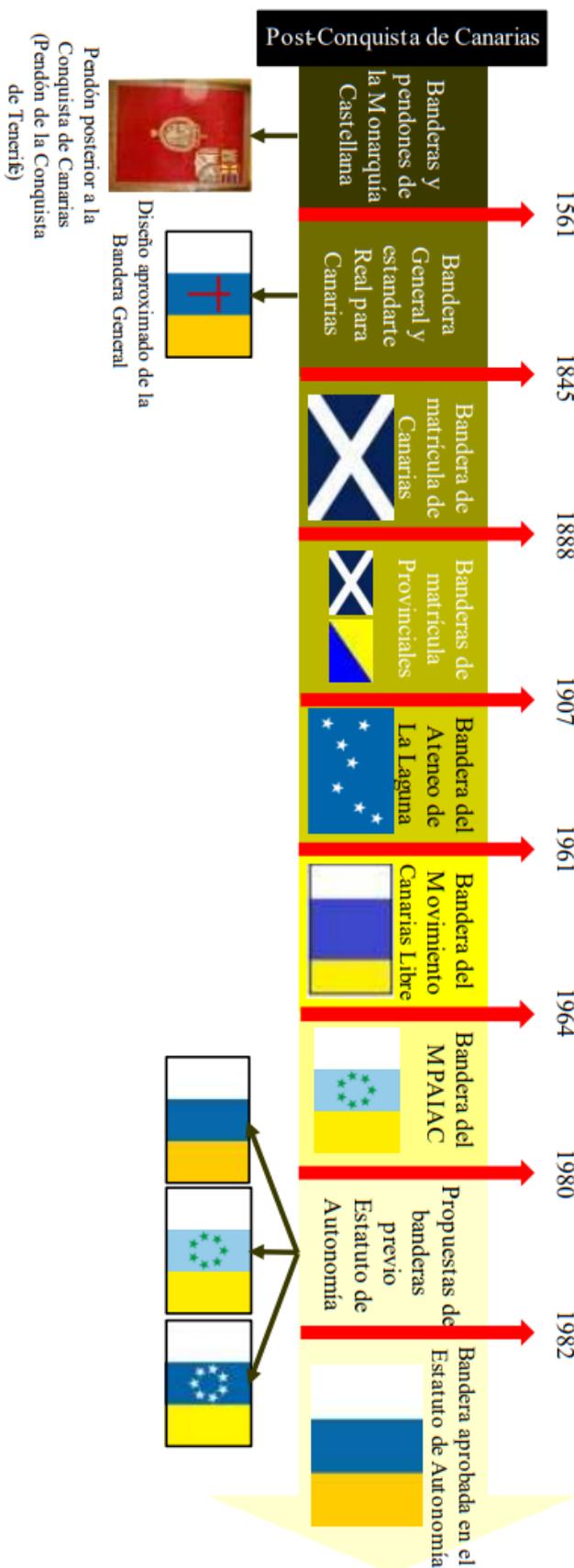
Anexo 1: Línea temporal de la historia del himno de Canarias



Anexo 2: Línea temporal de la historia del escudo de Canarias



Anexo 3: Línea temporal de la historia de la bandera de Canarias



Anexo 4: Guion para las entrevistas a expertos en Comunicación Política y Protocolo

1. ¿Qué es para usted la Comunicación Política? ¿Y el Protocolo?
2. ¿Qué función cumple el Protocolo en la Comunicación Política?
3. ¿Qué crees que hacen bien los partidos políticos con relación a su comunicación?
¿Y con respecto al Protocolo?
4. ¿Qué aspectos crees que se deberían mejorar?
5. ¿Crees que el Protocolo es una herramienta innovadora dentro de la Comunicación Política? ¿Por qué?
6. ¿Qué papel juega la simbología en la Comunicación Política?
7. ¿Qué elementos se deben tener en cuenta a la hora de organizar un evento de carácter político?
8. ¿Es importante la figura del protocolista en los partidos políticos? ¿Por qué?
9. ¿Cuál crees que es el futuro de la Comunicación Política?

Anexo 5: Transcripción de la entrevista a la Señora Rubio (experta)

1. ¿Qué es para usted la Comunicación Política? ¿Y el Protocolo?

La Comunicación Política: una herramienta indispensable para poder trasladar y difundir una ideología, unas ideas políticas, así como la labor de un cargo institucional o hacer llegar un mensaje político.

El Protocolo: una herramienta de comunicación y relaciones públicas, que complementa a la Comunicación Política en este caso.

2. ¿Qué función cumple el Protocolo en la Comunicación Política?

Es más conocido a nivel institucional o, mejor dicho, se utiliza más que a nivel electoral. En los partidos, cada vez es más visible. Cumple una función de orden, de imagen, de complemento a la potenciación del mensaje de o bien del candidato o bien de la autoridad institucional.

3. ¿Qué crees que hacen bien los partidos políticos con relación a su comunicación?

La segmentación y estar atentos a las tendencias ¿Y con respecto al Protocolo? Por desgracia solo vox ha hecho alguna cuestión relativa al Protocolo para darle visibilidad a través de una escenografía en un mitin donde utilizaron las torres del escudo de España

4. ¿Qué aspectos crees que se deberían mejorar?

Visibilidad, conocimientos y su correcto uso.

5. ¿Crees que el Protocolo es una herramienta innovadora dentro de la Comunicación Política? ¿Por qué?

Innovadora como tal no, lo que es innovador es el contexto en el que se aplica. Porque se basa en una serie de tradiciones, innovar como tal no, pero si flexibilizar.

6. ¿Qué papel juega la simbología en la Comunicación Política?

Indispensable, tanto a nivel institucional como a nivel de partido.

7. ¿Qué elementos se deben tener en cuenta a la hora de organizar un evento de carácter político?

Colores corporativos, *venue*, audiovisuales, seguridad.

8. ¿Es importante la figura del protocolista en los partidos políticos? ¿Por qué?

Es importante ya que ayuda a potenciar los intangibles de la Comunicación Política del partido, un orden en los actos y ayuda a generar contenido.

9. ¿Cuál crees que es el futuro de la Comunicación Política?

Es un futuro en el que debe saber adaptarse a los públicos, los canales de comunicación y la sociedad como tal. En definitiva, lo que lleva haciendo desde hace años, pero eso sí, donde la profesionalización en el sector, es aún mayor.

Anexo 6: Transcripción de la entrevista a la señora Lorente (experta)

1. ¿Qué es para usted la Comunicación Política? ¿Y el Protocolo?

La Comunicación Política consiste en encontrar la manera de que las personas que se dedican a la función pública hagan llegar su mensaje a los ciudadanos, tan sencillo como eso.

El Protocolo es el conjunto de normas, leyes, usos y costumbres que rigen los actos oficiales y que se deben usar en el ámbito laboral, social e institucional.

2. ¿Qué función cumple el Protocolo en la Comunicación Política?

La función del Protocolo en la Comunicación Política creo que es esencial. El Protocolo hace que la comunicación tenga una estructura, un orden y unas normas que no deben verse alteradas y sobre todo un fin. El Protocolo está para cumplirse y es el gran protagonista cuando todo sale bien, por mucho que siempre se culpe al Protocolo cuando algo sale mal. Más bien es todo lo contrario, un acto que no se rija por el Protocolo difícilmente será un éxito.

3. ¿Qué crees que hacen bien los partidos políticos con relación a su comunicación? ¿Y con respecto al Protocolo?

No, los partidos políticos comunican cada vez peor, por mucho que ellos crean que poniendo a su candidato en todas las redes y haciendo de todo, están comunicando bien. Los tiempos cambian y la comunicación también y hay que saber adaptarse. Lo peor que hacen es convertir al candidato en una especie de Superman que debe salir haciendo de todo, con vacas, limpiando nieve o rodeado de niños. La falta de naturalidad es uno de los peores enemigos en comunicación.

Respecto al Protocolo, en muchas administraciones es inexistente y si está, en ocasiones no se le hace ni caso. Eso sí, en las administraciones que está se nota.

4. ¿Qué aspectos crees que se deberían mejorar?

Dar naturalidad a la Comunicación Política. Creo que la función del político es gestionar, estando en contacto con la calle y el ciudadano, pero que nunca la publicidad supere la gestión.

5. ¿Crees que el Protocolo es una herramienta innovadora dentro de la Comunicación Política? ¿Por qué?

Si, atreves del Protocolo, mostramos gestión, orden, buen hacer, mostramos modernidad en la administración y contacto con los ciudadanos. El Protocolo hace todo más ordenado y fácil. Hace que todo se cumpla en tiempo y forma.

6. ¿Qué papel juega la simbología en la Comunicación Política?

Un papel importantísimo, cuando hablamos de simbología no puedo dejar de acordarme de una gran profesora, María José Cerdá, que siempre nos contaba que ella había sido jefa de Protocolo con todos los partidos y como cambiaba la simbología dependiendo de quien gobernara. Al final mostramos lo que somos o lo que los demás creen que somos mediante los símbolos.

Banderas, actos, invitaciones, todo comunica.

7. ¿Qué elementos se deben tener en cuenta a la hora de organizar un evento de carácter político?

Como en cualquier acto todo:

Lo primero saber lo que queremos conseguir, a quién nos queremos dirigir, qué queremos contar, quien nos interesa que esté, por supuesto logística, comunicación, plazos, simbología y difusión.

8. ¿Es importante la figura del protocolista en los partidos políticos? ¿Por qué?

Mucho, el protocolista es el que pone orden y rigor en los partidos políticos en muchas ocasiones el orden brilla por su ausencia, de ahí los contratiempos y sus resultados.

9. ¿Cuál crees que es el futuro de la Comunicación Política?

Cada vez irá a mejor, y en esta respuesta por ser la última, me vas a permitir que te hable de mi libro.

En estos momentos estoy trabajando en una campaña de cara a las elecciones que se celebran en 12 días, en una candidatura local, en concreto en el municipio de Blanca, Murcia por el Partido Popular. Mi candidato es Doctor en comunicación y ha sido jefe de gabinete del PP a nivel nacional. Pues bien, nuestra campaña está siendo perfecta, todo

planificado, medido, bien orquestado, pues Pablo Cano, sabe cómo pocos la importancia de la Comunicación Política y todo se está haciendo según marca nuestro *planning*. Está siendo un regalo, estoy aprendiendo infinito.

Desde aquí reivindico la intrusión en nuestra profesión, tanto en Protocolo como en la comunicación, pero también cada vez estoy más convencida que cualquier persona no puede ser candidato o aspirar a ser político, sin formación, al igual que todo en la vida, la comunicación también se estudia y se entrena.

Anexo 7: Guion para las entrevistas a trabajadores en áreas de comunicación de partidos políticos en Canarias

1. ¿Qué es para usted la Comunicación Política? Si tuviera que definirla con una palabra, ¿Cuál sería?
2. ¿Incluye algún elemento innovador en la comunicación de su partido? ¿Cuáles?
3. Para usted, ¿qué es el Protocolo?
4. ¿Aplican el Protocolo en la comunicación de su partido? En caso afirmativo ¿cómo se trabaja y de qué elementos hacen uso?
5. ¿Considera el Protocolo necesario para llevar la comunicación de los partidos? ¿Por qué?
6. ¿Qué evento es el que considera más importante? ¿Y el que menos?
7. ¿Qué función cumplen los eventos en los partidos políticos?
8. En los eventos, ¿Que aspecto considera más importante?
9. ¿Son importantes la utilización de los símbolos en la realización de los eventos de partido?
10. ¿Qué símbolos suelen utilizar más? ¿Por qué?

Anexo 8: Transcripción de la entrevista a la Señora Reverón (PSOE)

1. ¿Qué es para usted la Comunicación Política? Si tuviera que definirla con una palabra, ¿Cuál sería?

La Comunicación Política es el proceso de intercambio de mensajes entre los actores políticos y el público en general. Es un proceso que busca la trasmisión de mensajes políticos efectivos para su influencia en la opinión pública (persuasión de votantes, promoción de ideas, construcción de la imagen de un político) con el objetivo de lograr el apoyo necesario para sus acciones y propuestas.

También la Comunicación Política implica la investigación y el análisis de la opinión pública, la segmentación del electorado, el uso de símbolos y lenguaje políticos, la construcción de una imagen política coherente y atractiva, la elaboración de estrategia de comunicación.

Si tuviese que definir la Comunicación Política con una sola palabra sería con la palabra “influencia”, toda vez que el objetivo último de la misma es la persuasión y movilización de la ciudadanía en relación con los asuntos públicos y las decisiones políticas.

2. ¿Incluye algún elemento innovador en la comunicación de su partido? ¿Cuáles?

La Comunicación Política abarca una amplia gama de herramientas como podrían ser los debates, las entrevistas en los medios de comunicación, los anuncios en redes sociales, las campañas en redes sociales, los discursos políticos, los comunicados de prensa, los eventos públicos... etc.

Es importante tener en cuenta que, en los últimos años, e impulsados por los avances tecnológicos en el ámbito de la Comunicación Política, han ido surgiendo algunos elementos innovadores como podrían ser:

- La mensajería instantánea: aplicaciones de mensajería como WhatsApp o Telegram se han convertido en herramienta clave de Comunicación Política, pues a través de los grupos de chat, se pueden difundir mensajes rápidos y mantener una comunicación directa con los seguidores;
- Streaming o retransmisión en vivo: la retransmisión de eventos en tiempo real a través de plataformas como *Instagram Live*, Facebook Live o Youtube, han hecho

que los políticos puedan conectarse con los votantes en vivo, permitiendo una mayor interacción y participación de la audiencia que permite llegar a las ciudadanas y ciudadanos de una manera más efectiva;

- **Microtargeting:** se trata de una herramienta de análisis de datos y segmentación, a través de la cual los políticos pueden adaptar sus mensajes a audiencias específicas, pues permite identificar características demográficas, intereses y comportamientos, maximizando así la efectividad del mensaje.

3. Para usted, ¿qué es el Protocolo?

El Protocolo hace referencia al conjunto de pautas establecidas que gobiernan la comunicación, la interacción y el comportamiento adecuado entre los participantes en la Comunicación Política. Son reglas pensadas para garantizar un ambiente eficiente y ordenado durante las comunicaciones y los actos políticos. Abarca muchos aspectos, como podrían ser desde la forma en la que se llevan a cabo los debates y discursos en el Parlamento, hasta el orden de procedencia en eventos oficiales.

Además, también podría abarcar aspectos como los saludos, las formas de tratamiento apropiadas en función de los diferentes cargos públicos, o incluso el código de vestimenta adecuado.

4. ¿Aplican el Protocolo en la comunicación de su partido? En caso afirmativo ¿cómo se trabaja y de qué elementos hacen uso?

Sí, en la medida de lo posible, sobre todo a la hora de establecer el orden de intervención de las candidatas y candidatos tanto en actos como en medios de comunicación

En el caso del Grupo Parlamentario, hay que tener en cuenta la dirección del Grupo, establecer prioridades entre presidenta, portavoz, portavoz adjunto y diputados

5. ¿Considera el Protocolo necesario para llevar la comunicación de los partidos? ¿Por qué?

Sí, los Protocolos son esenciales puesto que, a través de los mismos, se garantiza que la comunicación se realice de manera coherente, ordenada, respetuosa y eficiente durante las comunicaciones y actos políticos.

6. ¿Qué evento es el que considera más importante? ¿Y el que menos?

En el caso del Grupo Parlamentario, los eventos más importantes son la celebración del Debate de la Nacionalidad Canaria, el debate sobre la aprobación de los Presupuestos anuales del Gobierno de Canarias y las tomas de posesión tras la constitución del nuevo Ejecutivo

No hay un evento que sea propiamente el menos importante, todos en su conjunto tienen un efecto político fundamental y estratégico para el partido

7. ¿Qué función cumplen los eventos en los partidos políticos?

Los eventos políticos cumplen entre otras las siguientes funciones:

- **Comunicación y difusión de ideas:** Se ofrece una plataforma para que líderes y representantes del partido puedan comunicar sus mensajes y difundir sus ideas políticas. Además, en ellos se presentan propuestas políticas, se promueven iniciativas y se da a conocer la plataforma electoral del partido.
- **Movilización y participación:** Los eventos políticos, como podrían ser las asambleas, los mítines, las concentraciones, en la que los líderes y candidatos del partido se dirigen a la audiencia, comparten sus ideas, establecen metas y generan entusiasmo en torno a la causa del partido, y que tienen como objetivo movilizar y fomentar la participación de los miembros del partido y simpatizantes.
- **Creación de redes y alianzas:** los eventos políticos brindan la oportunidad de establecer contactos, construir redes de apoyo y formalizar alianzas con otros actores políticos.

8. En los eventos, ¿Qué aspecto considera más importante?

Destacar siempre al líder del partido político en cuestión y el mensaje que el partido quiera transmitir en ese momento a través de su figura

9. ¿Son importantes la utilización de los símbolos en la realización de los eventos de partido?

Sí, toda vez que los símbolos representan ideas, conceptos y valores, desempeñando un papel fundamental en la construcción de la identidad y en la Comunicación Política.

Un símbolo nos ayuda a establecer una identidad visual reconocible que se asocia rápidamente con un partido político en particular, nos transmite mensajes y valores, genera un sentido de pertenencia y son fácilmente reconocidos y recordados por el público.

10. ¿Qué símbolos suelen utilizar más? ¿Por qué?

El Partido Socialista Obrero Español (PSOE), al igual que los demás partidos políticos, tiene símbolos y emblemas asociados a su identidad, el más conocido es la rosa roja, símbolo del movimiento obrero y del socialismo en todo el mundo.

Esta rosa representa la lucha por los derechos de los trabajadores y la justicia social, además de los valores del partido: la igualdad, la solidaridad, la justicia social y el progreso.

Anexo 9: Transcripción de la entrevista a la Señora Cervino (Coalición Canaria)

1. ¿Qué es para usted la Comunicación Política? Si tuviera que definirla con una palabra, ¿Cuál sería?

La Comunicación Política es el proceso de intercambio de mensajes entre los actores políticos y el público en general. Es un proceso que busca la trasmisión de mensajes políticos efectivos para su influencia en la opinión pública (persuasión de votantes, promoción de ideas, construcción de la imagen de un político) con el objetivo de lograr el apoyo necesario para sus acciones y propuestas.

También la Comunicación Política implica la investigación y el análisis de la opinión pública, la segmentación del electorado, el uso de símbolos y lenguaje políticos, la construcción de una imagen política coherente y atractiva, la elaboración de estrategia de comunicación.

Si tuviese que definir la Comunicación Política con una sola palabra sería con la palabra “influencia”, toda vez que el objetivo último de la misma es la persuasión y movilización de la ciudadanía en relación con los asuntos públicos y las decisiones políticas.

2. ¿Incluye algún elemento innovador en la comunicación de su partido? ¿Cuáles?

La Comunicación Política abarca una amplia gama de herramientas como podrían ser los debates, las entrevistas en los medios de comunicación, los anuncios en redes sociales, las campañas en redes sociales, los discursos políticos, los comunicados de prensa, los eventos públicos... etc.

Es importante tener en cuenta que, en los últimos años, e impulsados por los avances tecnológicos en el ámbito de la Comunicación Política, han ido surgiendo algunos elementos innovadores como podrían ser:

- La mensajería instantánea: aplicaciones de mensajería como WhatsApp o Telegram se han convertido en herramienta clave de Comunicación Política, pues a través de los grupos de chat, se pueden difundir mensajes rápidos y mantener una comunicación directa con los seguidores;

- Streaming o retransmisión en vivo: la retransmisión de eventos en tiempo real a través de plataformas como *Instagram Live*, Facebook Live o Youtube, han hecho que los políticos puedan conectarse con los votantes en vivo, permitiendo una mayor interacción y participación de la audiencia que permite llegar a las ciudadanas y ciudadanos de una manera más efectiva;
- Microtargeting: se trata de una herramienta de análisis de datos y segmentación, a través de la cual los políticos pueden adaptar sus mensajes a audiencias específicas, pues permite identificar características demográficas, intereses y comportamientos, maximizando así la efectividad del mensaje.

3. Para usted, ¿qué es el Protocolo?

El Protocolo hace referencia al conjunto de pautas establecidas que gobiernan la comunicación, la interacción y el comportamiento adecuado entre los participantes en la Comunicación Política. Son reglas pensadas para garantizar un ambiente eficiente y ordenado durante las comunicaciones y los actos políticos.

Abarca muchos aspectos, como podrían ser desde la forma en la que se llevan a cabo los debates y discursos en el Parlamento, hasta el orden de procedencia en eventos oficiales.

Además, también podría abarcar aspectos como los saludos, las formas de tratamiento apropiadas en función de los diferentes cargos públicos, o incluso el código de vestimenta adecuado.

- ### 4. ¿Aplican el Protocolo en la comunicación de su partido? En caso afirmativo ¿cómo se trabaja y de qué elementos hacen uso?

Sí, en la medida de lo posible, sobre todo a la hora de establecer el orden de intervención de las candidatas y candidatos tanto en actos como en medios de comunicación.

En el caso del Grupo Parlamentario, hay que tener en cuenta la dirección del Grupo, establecer prioridades entre presidenta, portavoz, portavoz adjunto y diputados

- ### 5. ¿Considera el Protocolo necesario para llevar la comunicación de los partidos? ¿Por qué?

Sí, los Protocolos son esenciales puesto que, a través de los mismos, se garantiza que la comunicación se realice de manera coherente, ordenada, respetuosa y eficiente durante las comunicaciones y actos políticos.

6. ¿Qué evento es el que considera más importante? ¿Y el que menos?

En el caso del Grupo Parlamentario, los eventos más importantes son la celebración del Debate de la Nacionalidad Canaria, el debate sobre la aprobación de los Presupuestos anuales del Gobierno de Canarias y las tomas de posesión tras la constitución del nuevo Ejecutivo.

No hay un evento que sea propiamente el menos importante, todos en su conjunto tienen un efecto político fundamental y estratégico para el partido.

7. ¿Qué función cumplen los eventos en los partidos políticos?

Los eventos políticos cumplen entre otras las siguientes funciones:

- Comunicación y difusión de ideas: Se ofrece una plataforma para que líderes y representantes del partido puedan comunicar sus mensajes y difundir sus ideas políticas. Además, en ellos se presentan propuestas políticas, se promueven iniciativas y se da a conocer la plataforma electoral del partido.
- Movilización y participación: Los eventos políticos, como podrían ser las asambleas, los mítines, las concentraciones, en la que los líderes y candidatos del partido se dirijan a la audiencia, comparten sus ideas, establecen metas y generan entusiasmo en torno a la causa del partido, y que tienen como objetivo movilizar y fomentar la participación de los miembros del partido y simpatizantes.
- Creación de redes y alianzas: los eventos políticos brindan la oportunidad de establecer contactos, construir redes de apoyo y formalizar alianzas con otros actores políticos.

8. En los eventos, ¿Que aspecto considera más importante?

Destacar siempre al líder del partido político en cuestión y el mensaje que el partido quiera transmitir en ese momento a través de su figura.

9. ¿Son importantes la utilización de los símbolos en la realización de los eventos de partido?

Sí, toda vez que los símbolos representan ideas, conceptos y valores, desempeñando un papel fundamental en la construcción de la identidad y en la Comunicación Política.

Un símbolo nos ayuda a establecer una identidad visual reconocible que se asocia rápidamente con un partido político en particular, nos trasmite mensajes y valores, genera un sentido de pertenencia y son fácilmente reconocidos y recordados por el público.

10. ¿Qué símbolos suelen utilizar más? ¿Por qué?

El Partido Socialista Obrero Español (PSOE), al igual que los demás partidos políticos, tiene símbolos y emblemas asociados a su identidad, el más conocido es la rosa roja, símbolo del movimiento obrero y del socialismo en todo el mundo.

Esta rosa representa la lucha por los derechos de los trabajadores y la justicia social, además de los valores del partido: la igualdad, la solidaridad, la justicia social y el progreso.

Anexo 10: Transcripción de la entrevista al Señor Romero (PP)

1. ¿Qué es para usted la Comunicación Política? Si tuviera que definirla con una palabra, ¿Cuál sería?

Sin duda alguna la Comunicación Política es la principal herramienta que tiene un representante público para que sus ideas sean compartidas exitosamente con la sociedad que quiere dirigir o gobernar. Definirla con una única palabra es tarea complicada, pero me atrevería a decir que es indispensable.

2. ¿Incluye algún elemento innovador en la comunicación de su partido? ¿Cuáles?

La Comunicación Política, como ocurre con el resto de escenarios, debe estar en constante proceso de evolución/innovación. De hecho, los planes de acción comunicativa en las organizaciones políticas son altamente dinámicos, deben adaptarse no solo al ideario del partido sino también a la forma de entender la política del o los candidatos en cada caso. Innovar necesariamente pasa por el mejor conocimiento y destreza en el ámbito del social media, interiorizando conceptos de branding, autoridad de marca, ejes horizontales y verticales de las plataformas digitales, etc.

Pero permítame que añada a la respuesta un concepto que particularmente considero fundamental, y es el de la oratoria dimensional, campo en el que se incluye la comunicación verbal, gestual, neuro-oratoria o el método que he desarrollado bajo la denominación ‘oratoria cromática’.

3. Para usted, ¿qué es el Protocolo?

Entiendo que en su pregunta se refiere al Protocolo institucional. Es fundamental que el político conozca al milímetro la organización política del Estado, como se esquematizan las Comunidades Autónomas, los títulos nobiliarios, tratamientos honoríficos, condecoraciones, etc.

Me he encontrado en muchas ocasiones con representantes políticos de todos los colores, incapaces de saber en qué lugar deben situarse para una fotografía institucional o dónde debe ir colocado durante un acto religioso, por ejemplo. No en pocas instituciones he visto desordenadas las banderas representativas del evento que se desarrolla.

Respondiendo de forma simple a su pregunta, el Protocolo es el eje que vertebra el respeto a las instituciones y a todo lo que representan.

4. ¿Aplican el Protocolo en la comunicación de su partido? En caso afirmativo ¿cómo se trabaja y de qué elementos hacen uso?

A lo largo de mi trayectoria profesional he trabajado con diferentes organizaciones sociales y políticas. Si se refiere a mi última labor como responsable de coordinar la comunicación de la campaña del 28M para el Partido Popular de La Laguna, hemos incorporado vértices de Protocolo, especialmente en lo referido a las visitas a organizaciones y entidades durante la precampaña y campaña electoral; teniendo en cuenta la disciplina cronológica y horaria, escenarios para estas reuniones, Protocolos de intervención, etc.

5. ¿Considera el Protocolo necesario para llevar la comunicación de los partidos? ¿Por qué?

En esta respuesta no creo que sea necesario extenderme porque considero que el Protocolo es aplicable en prácticamente todos los escenarios de la vida, con mayor importancia dentro del marco político. Solo conociendo las herramientas que nos ofrece el Protocolo y aplicándolas metódicamente, podremos alcanzar la excelencia en aquello que nos proponamos.

6. ¿Qué evento es el que considera más importante? ¿Y el que menos?

No sé si he entendido bien la pregunta. Personalmente parto de una premisa, y es que todo evento, da igual el escenario y contexto en el que se produzca, tienen la mayor de las importancias, y debe ser afrontado desde la Comunicación Política como un cenit a alcanzar. Una reunión con el presidente de un país tiene unos Protocolos muy concretos, del mismo modo que un encuentro con los representantes de una organización vecinal, y ambos deben ser tratados con la misma pulcritud, dedicación y profesionalidad.

7. ¿Qué función cumplen los eventos en los partidos políticos?

Los partidos políticos, en general, adolecen de endogamia, narcisismo y retraimiento. De hecho, uno de los grandes males en la política es perder demasiado tiempo en mirarse el

ombligo descuidando lo más importante, que pasa por transmitir un ideario y abanico de propuestas a la sociedad. Los eventos, sea cual sea su índole, deben ser abiertos a la ciudadanía, transparentes, participativos y por qué no decirlo, también correctivos. Cuando uno pasa demasiado tiempo hablando consigo mismo, acaba por olvidar cómo es la voz de los demás y qué quieren transmitirnos. Así pues, los eventos deberían ser la norma o lienzo sobre el que se dibuje el auténtico escenario político como herramienta de difusión y participación pública.

8. En los eventos, ¿Qué aspecto considera más importante?

En los eventos los aspectos más importantes son la comunicación previa, la esquematización de contenidos, la pulcritud protocolaria y la posterior difusión efectiva de las valoraciones o conclusiones que se obtengan de los mismos.

9. ¿Son importantes la utilización de los símbolos en la realización de los eventos de partido?

Para las organizaciones políticas se hace fundamental la utilización de los símbolos, ya sean de los propios como aquellos que por institucionalidad o decoro haya que manejar. Los logotipos o imágenes corporativas de las organizaciones políticas son su principal carta de presentación; el ciudadano identifica al PSOE por una rosa y un puño, o al Partido Popular por las dos P sobrevoladas por el charrán (aunque lo identificamos con una gaviota). También debemos tener en cuenta la importancia de los himnos o banderas como herramientas identificadoras. Por supuesto que la utilización de los símbolos es fundamental para los eventos de partido.

10. ¿Qué símbolos suelen utilizar más? ¿Por qué?

Sin lugar a dudas los símbolos más utilizados es la imagen corporativa junto con la bandera de España, sin obviar que, en algunas ocasiones por la relevancia del evento, el himno del país se impone como símbolo identificativo e identitario.

*“La política y la diplomacia ofrecen ancho campo al talento”
(De Oñate a La Granja. Pérez Galdós, 1898)*