

PRÓLOGO

Llega hasta el lector un nuevo trabajo sobre un elemento sustancial en el ámbito protocolario como es el de las banderas. Y, además, con un fuerte componente social y político como puede acreditarse a lo largo de este trabajo del que he tenido el honor de hacer este modesto prólogo. Todos sabemos de una forma o de otra la importancia que toman las banderas como instrumento de significación y acotamiento de nuestra identidad y, en ocasiones, de nuestro sentir y pensar. Pero no todo el mundo es consciente del significado real que desprende el uso racional de los vexilos como símbolos externos claros y netos que expresan nuestra vinculación con algo que nos hace sentir orgullosos y/o inmersos en un determinado territorio físico o psíquico con el que conectamos.

Elemento fundamental en los protocolos oficiales y diplomáticos, y en determinadas manifestaciones sociales, la bandera es un símbolo que expresa pertenencia aceptada o deseada a algo o a alguien y que se convierte, en consecuencia, en un canal decisivo de la comunicación global que traspasa los límites de la mera pertenencia a un país o a un territorio. La bandera se ha convertido, también, en un instrumento de reivindicación, en una manera silenciosa y directa de transmitir valores o pensamientos o en un mecanismo de integración en la gran masa social o parte de ella.

Su valor por lo tanto se centra en primer lugar en el aspecto comunicacional —esta persona o institución que exhibe esta bandera me quiere decir algo—, más allá de lo meramente oficial o diplomático o de lo reglado. En su vertiente oficial las enseñas

se ajustan a normativas que establecen los ciudadanos a través de las instituciones que le representan, lo que implica un claro deseo de salvaguardar el verdadero significado que entraña, y en su faceta privada responden más a criterios de marketing, presencialidad y exhibición en el que la ausencia de regulaciones puede conllevar el riesgo de pérdida de su verdadero significado, porque se pierden en la “selva” de mensajes y elemento que conlleva la comunicación.

De la “pertenencia” a la “reivindicación”

Como bien señala el autor de este trabajo, el significado y uso de las banderas ha evolucionado a lo largo de la historia experimentando cambios en su función, uso y diseño. En su origen, servían como guías y punto de reunión de los batallones en la guerra llegando a consolidarse, en el ámbito militar, como una herramienta necesaria para la lucha y la victoria de las compañías. Estos emblemas les permitían identificarse y diferenciarse del enemigo con el objetivo de crear estrategias militares que les posibilitaran a avanzar en sus conquistas y victorias. En la actualidad su uso ha evolucionado hacia una función más representativa y ha llegado a otros campos diferentes al militar, al ser reconocidas como símbolos de unidad y expresión que representan al grupo al que pertenecen. Pero en el mundo actual las banderas van más allá al evolucionar como meras señas de identidad territorial o política, para reconvertirse en expresión de identificación de ideales o de reivindicación. Frente al orgullo tradicional de “pertenencia”, estamos avanzando hacia un uso más vital, más conectado con el deseo de ser que de estar, con el anhelo de obtener el reconocimiento que de hacer visible lo reconocido.

Este cambio o evolución ha hecho que los medios de comunicación confieran a las banderas más valor por lo que representan como reivindicación frente a la tradicional identificación. A los citados medios no les llama la atención que en el día del “Orgullo gay”, por citar un ejemplo sencillo, los manifestantes exhiban

cientos o miles de banderas del arcoíris (se da por hecho y no aporta valor decisivo para ellos), pero sí que en un ayuntamiento decida colocar en su balcón principal la enseña LGTB. Restan valor a hecho de la pertenencia o identificación –concepto tradicional de la bandera-, y, sin embargo, maximizan el significado de que una institución pública despliegue en su fachada dicha enseña porque representa más: el deseo de transmitir socialmente la necesidad del reconocimiento y el apoyo a este sector.

La bandera y su entorno

Llama mucho menos la atención de los medios (y podemos añadir ahora de las personas) que cientos de miles de personas exhiban la bandera independentista de Cataluña, que el hecho de que en la final de un partido de fútbol de la Copa del Rey se despliegue una gran Estelada. Es decir, la bandera por sí sola ha perdido cierto valor y se asocia al entorno y al momento, lo que inevitablemente conduce a conferirse no un valor de identidad solo, sino en un elemento comunicacional de carácter reivindicativo. En la edición de 2016 del desfile militar con ocasión de la Fiesta Nacional española, la presencia oficial y oficioso de banderas de España, por mucho que la que presidía la parada militar recibiera honores y ocupara un lugar destacado, lo que realmente llamó la atención de los medios no fueron las miles de banderas nacionales que exhibían organizadores y público, sino el hecho de que la Presidenta de la Comunidad de Madrid acudiera a este acto oficial con un paraguas con los colores de la bandera nacional. Las banderas en este contexto forman parte de la normalidad propia del evento, pero el artilugio contra la lluvia del representante político trasladaba mucho más que orgullo de pertenencia: trasladaba el mensaje de un personaje público que aludía al respeto de país y de su Constitución.

Precisamente, el análisis de todas estas cuestiones es lo que le da una valor sustancial a este trabajo de Daniel García, fruto de su intenso trabajo de investigación que le ha permitido defender

antes las autoridades universitarias su tesis doctoral presentada bajo el título “Protocolo y ordenación de banderas. Repercusión mediática en la prensa española” y que obtuvo la calificación máxima de Sobresaliente con Honor. El contenido de este trabajo es extraordinario e interesante, no sólo para quienes han de contar con las banderas en su trabajo habitual (responsables de protocolo, organizadores de eventos, etc.), sino para el conjunto de la sociedad y para el análisis y autocrítica de los medios de comunicación. Y para los amantes de la disciplina que estudia las banderas, la vexilología, un documento actual de referencia que introduce claves nuevas muy a tener en cuenta en el significado de las banderas y, en consecuencia, en el uso que ha de darse. Porque precisamente esa es otra conclusión que puede extraerse de esta aportación de García: las banderas toman un significado u otro, en un porcentaje importante, en función del entorno en el que se exhiben y en función de la persona, colectivo o institución que las utilicen. Es decir, la enseña (a la que se supone que por sí misma tiene un significado claro y conciso), a la hora de proyectarla en sus valores queda condicionada al sistema seguido en su uso, es decir, en la forma de exhibirla. Un cambio de paradigma que abre una conceptualización a tener en cuenta en usos protocolarios o ceremoniosos o sociales y políticos.

No obstante, y para evitar confusiones o malas interpretaciones, es necesario recordar que las banderas institucionales, públicas o privadas, tienen un valor por sí mismas y un conciso significado que tampoco debe desvirtuarse. No deberían ser objeto de polémica o rechazo porque son fruto de una reglamentación de obligado cumplimiento que nos hemos dado los propios ciudadanos a través de nuestros representantes, al menos en los países democráticos. Su uso partidista o partidario, o su no uso por las mismas razones, suponen vulnerar un aspecto del “pacto social”. Pero en cualquier caso, para los profesionales del protocolo debe servir de interesante reflexión lo expuesto en este

trabajo, para concluir que las normativas deben tener cierta flexibilidad porque es cierto que el entorno influye en los significados y en consecuencia a la hora de decidir colocar o no una bandera, en qué orden, dónde, etc., debe contemplarse y analizarse. La testarudez de algunos, fieles a ultranza los textos legales olvidan que precisamente el condicionante del entorno y la lectura mediática que se hace, exige prácticamente personalizar cada situación. Y no siempre, a lo mejor, una determinada bandera deba estar donde la norma dice, porque a veces con ello el resultado se vuelve en contra del espíritu del legislador o de la institución no oficial que la promueve. Importante meditar sobre esta cuestión.

Lectura en clave mediática

Más allá del simbolismo y la interpretación, este trabajo que el lector tiene entre sus manos, aporta información esencial para el adecuado uso de las enseñas en el ámbito de los eventos y la simbología pública, técnicas necesarias para establecer prioridades y precedencias y conocer las normativas y costumbres que afectan a los vexilos oficiales y a los usos habituales de las no oficiales. Por todo ello, consideramos que el trabajo es meritorio, de interés y de una gran aportación, que puede ser mucho más aprovechable para la conciencia ciudadana si se sabe leer en clave política y mediática.

Felicitemos en consecuencia a Daniel García por la investigación realizada y por compartir a través de esta monografía sus investigaciones e interpretaciones que arrojan otra forma de mirar a las banderas. Y es que una de sus principales conclusiones no deja duda alguna del devenir de este símbolo: “La prensa muestra las enseñas como símbolos políticos y generadores de conflictos entre colectivos e instituciones”. Con esto puede decirse claramente cuál es el sentir popular acerca de las banderas. Por eso es importante este estudio. Os animo a leerlo

con interés porque en muchas partes del texto nos veremos todos identificados.

Carlos Fuente Lafuente
*Director del Instituto Superior
de Comunicación y Eventos.*

NOTA PREVIA DEL AUTOR

El presente trabajo es un resumen de la investigación realizada por el autor para su Tesis Doctoral titulada “Protocolo y Ordenación de Banderas. Repercusión mediática en la prensa española” defendida en enero de 2016 ante las autoridades universitarias correspondientes. Esta tesis recoge una amplia investigación sobre el objeto de estudio y se realiza un amplio análisis de los resultados obtenidos durante todo el proceso de elaboración de la misma. Por ello, este libro pretende ser una obra de fácil lectura y más accesible por lo que se recoge la información esencial y básica de los resultados obtenido sin perder rigurosidad ni objetividad. En este sentido, se pone a disposición del lector una obra con los principales resultados obtenidos sobre el uso y protocolo de las banderas así como de la repercusión mediática que existe por parte de la prensa española.

Los primeros capítulos de la publicación se dedican a conocer la importancia de las banderas como símbolos y como elementos que generan mensajes mediante códigos no verbales. Se analizan el significado de las banderas, sus partes así como los tipos de banderas y medidas. También se realiza un análisis sobre el uso de las enseñas como herramientas de comunicación al servicio de las instituciones. Posteriormente, se detalla el protocolo y normas a seguir para cada una de las banderas oficiales y no oficiales así como las costumbres imperantes para cada uso y situación en las que el organizador quiere usar este tipo de símbolos. Con ello se pretende conocer todas las técnicas de ordenación de banderas y su protocolo así como los mensajes que se pueden enviar con su

uso en diferentes situaciones y eventos. En resumen, se podrán conocer los tipos de banderas oficiales y no oficiales y cómo influye la naturaleza de la enseña a la hora de utilizarla en solitario o acompañada.

Posteriormente, en el libro se detallan los resultados de la investigación realizada con el objetivo de conocer la repercusión mediática que generan las banderas en la prensa española. En este sentido, se han analizado las noticias publicadas en los cuatro diarios generalistas que más lectores tienen según el Estudio General de Medios, es decir, *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y el *ABC*. Estas noticias se analizaron desde el mes de junio de 2012 hasta el mismo mes del año 2014, coincidiendo con la fase de trabajo de campo de la tesis doctoral, con el resultado de más de 190 piezas informativas analizadas. Para conocer en profundidad la repercusión mediática, se ha utilizado la técnica de análisis de contenido ya que es la más acorde para conseguir los objetivos planteados.

Para complementar esta investigación y análisis, se realizaron 172 encuestas a lectores de los diarios citados anteriormente con el objetivo de profundizar más en la repercusión mediática y en la visión que tienen de la misma los usuarios de prensa escrita. Estos resultados se plasman en la última parte de la obra aportando más datos a las consideraciones finales obtenidas en todo el proceso de elaboración de la tesis doctoral pre-sentada por el autor.

Se pretende que esta investigación que se publica en formato libro contribuya a un mayor conocimiento de las banderas por parte de profesionales o estudiantes con el fin de optimizar su uso y los mensajes que se derivan de ellas. También se pretende conocer el tratamiento informativo por parte de la prensa española para poder usar correctamente estas enseñas y para concienciar a los medios de comunicación que estos símbolos son un potente instrumento de comunicación.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

La presente publicación aborda el estudio de las banderas desde un necesario enfoque interdisciplinar a partir del diálogo entre diferentes perspectivas que provienen de ámbitos como la vexilología, el protocolo oficial, la organización de actos y eventos, así como las teorías de la comunicación y, en concreto, el estudio de los medios.

De hecho, este trabajo pretende el estudio de las banderas que parte de su reconocimiento como enseñas que identifican y representan colectivos, instituciones y países pero también como potentes formas de comunicación capaces de transmitir mensajes por sí mismas, su colocación e, incluso, su ausencia. Y es, precisamente, esta función de comunicación la que interesa en esta investigación, la cual tiene como pretensión el análisis del uso de las banderas desde el protocolo oficial y la organización de actos pero principalmente desde el tratamiento informativo que se deriva de estos usos.

Las banderas cumplen las funciones de enseñas de representación al situarlas en lugares donde se facilita su visualización, tales como fachadas, salones nobles, escenarios, por citar algunos ejemplos. En este sentido, las enseñas emiten mensajes de forma permanente ya que son símbolos que son reconocidos por los ciudadanos o por los asistentes a un acto. Además, las banderas oficiales son símbolos que se utilizan y colocan según la legislación vigente o las costumbres imperantes en este campo. Su uso no es arbitrario, sino que responde a la normativa legal existente y a la costumbre. De ahí, radica la importancia que tiene

para los profesionales de la organización de eventos, el protocolo y la comunicación conocer la legislación y costumbres que se aplican a la ordenación y utilización de las banderas. De esta forma, 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.

La complejidad del estudio de las banderas radica en la variedad de técnicas y costumbres existentes para su uso y ordenación. Prueba de ello, es la diversidad de banderas existentes tales como las oficiales, nacionales, universitarias, empresariales, entre otras, y cada una de ellas se rige por unos criterios marcados que se basan en la legislación o en la costumbre.

Asimismo, las banderas conviven con los receptores de los mensajes que emiten porque, tal y como se ha apuntado, son herramientas de comunicación, las cuales, se utiliza con el objetivo de transmitir valores, ideas, reivindicaciones, entre otros mensajes. Se puede señalar como uno de esos receptores, los propios medios de comunicación, ya que las banderas son susceptibles de convertirse en protagonistas de noticias que se publican a través de los medios debido al uso que instituciones o marcas organizadoras realizan de las mismas. Partimos, por tanto, de la idea de que los organismos en tanto que emisores, las usan con el fin de emitir mensajes para la consecución de unos objetivos concretos y previamente establecidos, los cuales, pueden ser políticos e incluso ideológicos, convirtiendo, de esta forma a las banderas en armas políticas para reivindicar unos fines y objetivos.

Por todo lo expuesto, este trabajo pretende investigar el tratamiento informativo que se realiza a partir de la utilización de las