

El significado del espacio como herramienta de comunicación en protocolo

The meaning of space as a communication tool in protocol

Margarita Barrera Cañellas

Escuela Uiversitaria de Turismo Felipe Moreno

mbarrera@etb-baleares.es

Recepción: 20/11/2019 Revisión: 02/01/2020 Aceptación: 29/03/2020 Publicación: 20/07/2020

Resumen

El espacio es una de las herramientas de comunicación no verbal utilizada en protocolo. El conocimiento profundo del entorno a través de su simbología y significado en la memoria colectiva del grupo al que pertenece, ofrece al protocolo un uso comunicativo más eficaz del contexto en el desarrollo de actos y eventos, ya que al mensaje que desea transmitir, se une la identificación que realiza el público objetivo al que va dirigido, basando este reconocimiento en parámetros simbólicos y señas de identidad de grupo que realzan de manera no verbal y en muchos casos inconsciente, el mensaje emitido.

El estudio multidisciplinar del espacio aporta nuevas perspectivas que lo enriquecen en su significación simbólica como contexto, aportando un diálogo entre mensaje y público, objetivo que debe ser tenido en cuenta a la hora de elegir el mejor escenario físico para el desarrollo de actos y eventos protocolarios.

Palabras claves: espacio, identidad, comunicación no verbal, protocolo

Abstract

Space is one of the non-verbal communication tools used in protocol. The deep knowledge of the environment through its symbology and meaning in the collective memory of the group to which it belongs, offers to the protocol a more effective communicative use of the context in the development of acts and events, since to the message it wishes to

transmit, is joined the identification made by the target audience to which it is addressed, basing this recognition on symbolic parameters and signs of group identity that enhance the message emitted in a non-verbal way and in many cases unconsciously.

The multidisciplinary study of space brings new perspectives that enrich it in its symbolic significance as a context, providing a dialogue between message and target audience that must be taken into account when choosing the best physical scenario for the development of acts and protocol events.

Keywords: space, identity, non-verbal communication, protocol

Sumario

1. Introducción
2. Metodología
3. El espacio como herramienta de comunicación no verbal
4. La construcción simbólica del espacio: cultura e identidad
5. La gestión del espacio en protocolo
6. Conclusiones

1. INTRODUCCIÓN:

El conocimiento en profundidad de la relación que existe entre significado y uso del espacio habitable en las sociedades humanas puede ser utilizado como forma de reforzar el mensaje comunicativo que deseamos transmitir en protocolo a través de nuestros eventos.

Cada cultura ocupa su territorio específico y lo dota de una significación concreta que nos permite emplearla como forma no verbal de comunicación, por lo que el estudio del simbolismo social del espacio nos provee de la información necesaria para poder potenciar nuestra estrategia comunicativa de una forma sencilla y efectiva a través de la cuidada elección de nuestras sedes.

Esta elección sea correcta o no, refuerza el grado de éxito o de fracaso que nuestros eventos tienen en establecer una comunicación eficaz con sus públicos objetivos, por lo que la apelación a símbolos e identidades culturales asociadas a espacios físicos concretos puede ser utilizada de forma consciente y sistemática de forma ventajosa por los organizadores de eventos, ya que al ser fácilmente reconocibles estas características culturales, los mensajes que se pretenden comunicar se ven reforzados por los entornos en que se escenifican los actos.

La optimización de la acción comunicativa que pretendemos llevar a cabo cuando organizamos un evento nos lleva a considerar una definición del espacio más dinámica y

profunda, que se ajuste a los tipos específicos de personalidad de los grupos humanos (HARRIS, 1989: 508) que crean los diferentes espacios.

Nuestra hipótesis de trabajo tiene como finalidad determinar el grado real de influencia que tiene la elección del espacio destinado a los eventos en la efectividad de su comunicación y la relación existente con su público objetivo.

Para ello, nos hemos marcado como objetivos la definición del espacio como herramienta no verbal de comunicación, su construcción social y el uso y gestión que hacemos del mismo, que nos permitirán observar la existencia de esta influencia y su grado de relevancia en la organización de actos y eventos.

2. METODOLOGÍA

La metodología que hemos utilizado es de corte cualitativo (HERNÁNDEZ-ARTEAGA, 2012: 61), basada en una revisión bibliográfica sistemática en los diferentes ámbitos en los que se estudian los usos del espacio, acorde con el estudio de corte exploratorio-descriptivo que proponemos con la intención de comprender los distintos significados que desde este enfoque cualitativo que se proponen para el espacio desde diferentes enfoques científicos (SALGADO LÉVANO, 2007: 71).

El tratamiento dialógico de los discursos aportados por campos tan diferentes como la Comunicación, la Antropología, el Protocolo o la Geografía Humana (GÓMEZ ALONSO, 2001: 80) nos ofrece una visión mucho más amplia del uso real que se realiza del espacio en protocolo, puesto que nos permite abordar una perspectiva holística de sus significados complejos y multidimensionales.

3. EL ESPACIO COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN NO VERBAL

Uno de los modelos clásicos más importantes del ámbito de la comunicación es el de Jakobson (JAKOBSON, 1960: 353), que tiene en cuenta el contexto como uno de los elementos básicos de la misma y lo define como todo aquello que rodea el proceso comunicativo, y que participa de él de forma activa, proporcionándonos un marco referencial socio-cultural en el que se realiza la comunicación a la vez que nos proporciona información adicional no explícita en su transmisión.

El contexto así definido, abarca todo aquello que puede ser relevante para la comunicación en curso: gestos, espacios, colores, olores, movimientos, imágenes y sonidos, comunican de forma no verbal una parte del mensaje creando una experiencia global y adecuada para el receptor que además refuerza los códigos empleados en la transmisión.

Hoy sabemos que nuestra sociedad actual es de carácter eminentemente visual, y en ella, la imagen suele ser el soporte más habitual en la búsqueda del reconocimiento social en

medio de multitud diaria de mensajes que recibimos (RAMOS, 2002: 96), y es en este proceso de reconocimiento en que organizaciones tanto públicas como privadas, necesitan de herramientas especializadas que puedan emitir un mensaje que sobresalga sobre los demás, que les permita hacerse visibles ante la sociedad, crear los lazos necesarios para su supervivencia, alcanzar a su público objetivo y obtener los resultados planteados.

Una de las formas más eficaces de conseguir estos objetivos es la organización de eventos por parte de las entidades y que éstos que sean diseñados como noticiables (OTERO ALVARADO, 2005: 126), ya que esta cualidad permite que los gabinetes de comunicación difundan su mensaje a través de los medios de comunicación de masas situándose así en la primera línea de comunicación social para estrechar vínculos con sus públicos objetivos y la sociedad en general, haciendo reconocibles sus imágenes e identidades corporativas.

El protocolo en este entorno se ha convertido en una herramienta básica e imprescindible en la estrategia de comunicación para todo tipo de organizaciones, ya que a través del él, se ordenan espacial y temporalmente los diferentes elementos del evento, de manera no verbal pero equilibrada y ordenada.

Esta ordenación consigue así realizar una comunicación interpersonal no masiva en la cual el espacio es el soporte físico de la comunicación no verbal y sobre el cual se despliegan las técnicas escenográficas necesarias para que el mensaje sea perfectamente codificado e entendible para su público objetivo y emitido en el contexto adecuado a él, coherente con la imagen de la institución que se desea ofrecer, y compatible con aquello que se desea comunicar (SÁNCHEZ GONZÁLEZ, 2017: 158).

4. LA CONSTRUCCIÓN SIMBÓLICA DEL ESPACIO: CULTURA E IDENTIDAD

Los grupos humanos han elegido su espacio de habitación a lo largo de la historia, en función de ciertas características físicas del espacio, que han sido determinantes para su asentamiento en el mismo: fácil defensa, cursos de agua, abundancia de recursos naturales o fácil comunicación con el entorno, son sólo algunas de las razones para esta elección.

Como grupo, los humanos no tenemos ninguna razón biológica para territorializarnos o adscribirnos a ningún espacio en especial desde un punto objetivo de desarrollo cultural de la especie, pero sin embargo, al igual que muchas otras formas de vida del planeta, lo hemos hecho y lo hacemos de forma reiterada, hasta el punto de ser una constante en nosotros, ya que desplegamos nuestra capacidad de crear cultura en un entorno determinado, sintiéndonos identificados con un territorio específico que consideramos nuestro de una forma multirreferencial.

Esta conducta, que puede estudiarse desde la Etología, hace que marquemos con vehemencia nuestro espacio de una forma apropiativa y dominante, y es en nuestro espacio

donde desplegamos nuestro universo simbólico (RAMIREZ GOICOECHEA, 2011: 358) convirtiéndolo en la referencia espacial, física, imaginada e integrada de todo el grupo y en una de las claves de su identidad como tal.

El entorno físico elegido y dominado es modificado en función de las singularidades y necesidades específicas de cada colectividad, que se reparten el uso del mismo según la influencia de cada grupo social, siendo lo más habitual que se siga un patrón más o menos concéntrico alrededor del centro geográfico del espacio físico disponible, ya que éste es el que usualmente antes se acondicionaba pues al ser la zona de habitación de la clase dominante y de reunión de todo el grupo.

Estos lugares centrales, que han sido construidos por todas las sociedades, se convierten con el uso efectivo, en centros de poder, en los cuales se concentran las manifestaciones culturales físicas en forma de acondicionamiento y edificación de las principales instituciones sociales.

En estos espacios centrales se crean escenarios que participan en la comunicación de los grupos de poder de forma dinámica (DELPONTI MACCHIONE, 2010: 7) como herramientas de comunicación no verbal, ya que contienen experiencias vitales que son reconocidas por toda la colectividad en base a sus características acumulativas de carácter histórico, conformando una experiencia completa de comunicación social inclusiva, en la cual todo el grupo se ve reflejado.

Este proceso crea espacios permanentes que comunican un mensaje no verbal muy efectivo de estabilidad a toda la sociedad, eliminando posibles estados mentales de incertidumbre en las clases sociales no dominantes (CASTILLO ESPARCIA, 2010: 1), y dirigiendo la creación de sentimientos de identidad a través de la concepción de una sensación de pertenencia en el imaginario colectivo. Se produce entonces, una apropiación comunal del entorno físico, que se llena de significados relevantes, imágenes, sensaciones y simbología para la sociedad que lo habita, y que objetiviza las construcciones en él realizadas como formas permanentes y estables pero no estáticas de su constructo cultural.

El espacio escogido es entonces representado a distintos niveles de multiplicidad simbólica, individual y colectiva, que lo hacen escenario de un desarrollo cultural complejo y concreto (ZÁRATE MARTÍN, 2011: 53), modelado en función de los diferentes métodos de producción, financiación y poder de los que dispone la sociedad en cada momento de la línea temporal de su proceso cultural.

De esta manera, la relación que tenemos como colectividad con nuestro territorio se ve cargada de relaciones culturales ordenadas, sociales, políticas, y rituales que lo invisten de una amplia y rica simbología, entendible hasta sus últimas referencias solo en el contexto del grupo que lo habita.

Los grupos dominantes son los agentes culturales que toman la iniciativa de ordenar y planificar el territorio, donde crean relaciones espaciales diversas que influyen en el desarrollo cultural y espacial de todo el grupo, pues lo configuran físicamente en una estructuración urbana que hace del uso del suelo una representación de este poder a través de la construcción de grandes edificios y espacios abiertos que simbolizan su dominio social y territorial.

En este contexto físico de representación social es donde el grupo humano construye su memoria colectiva de forma dirigida por las clases dominantes, que influyen de forma determinante en la creación de una cultura subjetiva cargada de significados, dentro de la cual se gestan identidades tanto individuales como colectivas (GIMÉNEZ, 1995: 41) a través de la interiorización de los elementos elegidos por los estamentos privilegiados con fines de apropiación del espacio físico y dominación social.

Esta apropiación se lleva a cabo a través del levantamiento de barreras simbólicas, que utilizan el potencial del espacio como herramienta de comunicación no verbal para comunicar la exclusividad de uso que poseen sobre un entorno específico, que los representa físicamente en una reelaboración de las convenciones culturales acordadas por todo el grupo (DÍAZ DE RADA, 2010: 205), creando todo un nuevo universo simbólico en un espacio físico que comunica una exclusividad en el uso del espacio, pero que sigue según Martí Pellón (2008: 14) representando a la totalidad del grupo y ha sido revestido de capacidades integradoras en dos sentidos simultáneos que podemos observar que a la vez son excluyentes, un sentido identitario integrador de toda la sociedad, a la vez excluye a gran parte de ella en su uso físico.

El espacio es transformado en ese momento en un continente de significados simbólicos de identidad grupal, ya que ha sido revestido de cualidades cognoscitivas y capacidades integradoras (SÁNCHEZ ANDRADA, 2009: 290), que permite que el mensaje que emite sea interiorizado por todos los miembros del grupo de una forma alegórica.

La transformación convierte el espacio en un agente activo de comunicación con significación e intención, con sentidos y valores que son compartidos por todo el grupo humano que lo habita, y que pueden ser negociados y alterados en función de las distintas necesidades sociales o en función de las circunstancias, haciendo que estas variaciones alteren también el contenido del mensaje comunicativo (VELASCO, 1997: 220) y en ocasiones su eficacia como transmisor de un mensaje poderoso y concreto de poder, siempre y cuando las convenciones hayan sido convenientemente consensuadas entre todo el grupo y no solo por las clases dominantes.

De esta manera la ordenación del espacio y el territorio provee a las clases dominantes del escenario adecuado para comunicar su mensaje (OTERO ALVARADO, 2006: 262) el cual se proyecta a los individuos a través de un elemento físico que influye en el imaginario y la memoria colectiva, puesto que es emitido desde el espacio que todos

identifican como propio de forma reiterada a lo largo de la línea temporal del grupo humano, que apoya de forma decidida esta nueva emisión, la cual es reelaborada para obtener la máxima difusión en función de cada momento y situación social adaptando según Borau Boira (2014: 5) su significación simbólica.

Como hemos visto, el espacio es concebido por los grupos humanos como uno de los componentes de su identidad cultural, ya que expanden hacia él sus significados simbólicos de pertenencia, lo que permite que se conviertan desde espacios de ocupación o habitación, con un significado sólo de supervivencia y mejor calidad de vida en un principio, en otros cargados de simbología, apropiación, continuidad e identidad, que permite que podamos pasar de un concepto solo geográfico como entorno físico, a otro con una profunda significación cultural, creando una sólida relación entre espacio y sociedad (ORTEGA ERASO, 2010: 6), puesto que los conceptos de espacio físico y espacio social se superponen al ser interrelacionados a través de múltiples patrones culturales de identidad e integración.

La simbología que una cultura otorga a su entorno físico es la que crea en su entorno espacios singulares, con significados que pueden ser de carácter religioso o de corte político o económico, entre otros, a partir de entornos físicos, que son modificados, construidos y reconstruidos por elementos específicos de cada sociedad, como forma de demostrar su superioridad con respecto al resto del grupo, y que buscan la pervivencia de un determinado mensaje de poder a través de la alteración del entorno para configurarlo de acuerdo a sus fines e intereses.

Este espacio que Monroy Gaitán (2008: 133) define como social, es por su propia naturaleza, inevitablemente cambiante, ya que se encuentra sujeto al devenir cultural de cada sociedad, y moldeado de acuerdo a los intereses de los grupos que los ocupan en las diversas horquillas temporales, e intervenido en su entorno geográfico en mayor o menor grado según sea la importancia política, económica, militar o simbólica de los agentes sociales que lo han ocupado, y que han hecho efectiva esta ocupación.

Todas estas transformaciones despliegan visual y físicamente un mensaje inequívoco de reafirmación y superioridad de la posición social de sus promotores a través de la construcción de grandes edificaciones que modifican el espacio físico y lo convierten en un entorno-espacio social que todo el grupo asocia de forma natural a sí mismo, y que está en la línea de acuerdos del conjunto de convenciones y reglas sociales aceptadas por él, admitiendo por tanto este ejercicio del poder, cualquiera que sea su fuente política, militar, económica o religiosa.

Estas formas de organización del espacio descritas se hayan estrechamente vinculadas con la historia de los agentes que las utilizan, si bien su función ha ido cambiando con el tiempo según el desarrollo de los poderes sociales locales y los cambios del uso del suelo, que si bien han modificado en ocasiones el entorno físico, han dejado intacto el

espacio social, ese espacio que todos reconocen y que configura la imagen mental de sus habitantes, sea cual sea la clase social a la que pertenezca el individuo.

Hemos de destacar que sobre esta imagen del espacio social se asienta la memoria colectiva, de creencia y de identidad del grupo social que lo habita y que es considerado vital para el mismo (VARGAS MONTERO, 1992: 183), ya que una vez introducido en el imaginario colectivo no es posible su eliminación, o incluso su modificación sin un alto consenso social.

Así, el espacio social, se convierte en espacio público, y en él se da el de más alto grado de competencia social y cultural y es definido en última instancia, no por el grupo dominante sino por individualidades concretas incluidas en ese grupo, que crean en ese espacio público de poder su propio principio de individuación ontológica, apropiándose de la territorialidad del entorno físico, y creando en él las estructuras que reflejan su dominio sobre el grupo, clarificando según Zamora (2010: 201) las relaciones entre territorialidad, poder y sociedad.

La producción social de este tipo de espacio es mucho más compleja de lo que parece, puesto que en su proceso de creación, es proyectada por diferentes voluntades individuales, pero en su elaboración física participan de forma activa a través del trabajo productivo amplios sectores de la sociedad (HIERNAUX-NICOLÁS, 2014: 2), que ven en estas planificaciones y construcciones, posibilidades de supervivencia y oportunidades de tipo laboral, que unen los procesos productivos económicos con referencias simbólicas sociales de poder

Esta unión legítima en todos los estamentos sociales la creación común de nuevas referencias en el imaginario colectivo de un grupo social humano, un auténtico mapa mental social, que convierte de inmediato los espacios en espacios de poder que representan a todo el grupo, ya que todos sus integrantes han participado en su creación en función de sus posibilidades, aportando trabajo físico o voluntad de creación.

Así pues, estos espacios de poder no son espacios pasivos, ya que trascienden lo meramente físico para convertirse en reflejo fiel de la voluntad de sus ocupantes, pero también en reflejo de sus constructores en forma de voluntad, ya que de hecho es una empresa que atañe a todo el grupo social en su conjunto como nos señala Gupta (2008: 241), puesto que desde una perspectiva simbólica, todos y cada uno de los integrantes de la sociedad, hayan participado o no en su construcción, reconocen este espacio construido como propio.

Este reconocimiento proviene bien de haber intervenido en su producción o bien de haber heredado su simbología histórica a través de los procesos de socialización de cada individuo, y aun cuando no hayan sido ellos los que se lo han apropiado físicamente, sí que participan activamente en su formación y mantenimiento creando así un lazo indisoluble entre el espacio público de poder y su grupo humano.

Los espacios de poder invitan a la creación de nuevas formas efímeras sobre él, creando la ilusión de apropiación transitoria del mismo al promover procesos de cambio fugaces en su morfología, lo que nos conduce a una de sus cualidades más significativas, que Mesnil ha definido como espacialización (2018: 145), convirtiéndose a través de ella en un espacio ligado a la temporalización ordenada de su representación, pues requiere de cierto tiempo para transformarse, realizando una acción de renovación transitoria del contexto del mensaje que desea ser transmitido por los grupos de poder para adaptarse a los nuevos paradigmas de la sociedad a la que va dirigido el mensaje y asegurando que se maximice la recepción de la transmisión ejecutada.

5. LA GESTIÓN DEL ESPACIO EN PROTOCOLO

Desde tiempos remotos, el empleo del protocolo y el ceremonial ha sido frecuente por los poderes políticos, religiosos, militares y económicos para comunicarse con sus públicos específicos, creando un lenguaje codificado de carácter no verbal pero sí simbólico e identitario, que se apoya en un contexto físico específico, en el cual se manifiesta sin lugar a dudas el poder social o situación de privilegio de aquel que promueve el acto (CASAL MACEIRAS, 2014: 762).

El protocolo ha ordenado los espacios, las personas y los tiempos, en un conjunto de expresiones verbales y no verbales, que han sido siempre enmarcadas de forma eficaz en un entorno que apoya el mensaje transmitido, y que han sido respaldadas con firmeza por espacios y formas reconocibles por aquellos a los cuales va dirigido.

En la actualidad el protocolo sigue manteniendo su esencia original de ordenación pero se ha adaptado a los nuevos tiempos, como afirma Panizo Alonso (2007: 653), ya que su campo de acción se ha ido extendiendo desde los ámbitos puramente oficiales (SIERRA SÁNCHEZ, 2008: 342), a todos aquellos actos sociales creados por organizaciones que desean realizar una comunicación eficaz y persuasiva en sus eventos a través de la ordenación y del uso de la simbología más adecuada.

El espacio físico influye de manera decisiva en los públicos asistentes al evento, y es exigido en su forma concreta, en muchos casos por estas mismas audiencias, ya que la elección del mismo determinará en gran medida el carácter más o menos formal de la comunicación a realizar y por tanto su importancia, y es esperado como forma predeterminada por los receptores del mensaje, los cuales pueden desatender el mismo si consideran que no es adecuadamente transmitido desde el ámbito físico adecuado, o quedarse solo en la anécdota de la mala elección del entorno, en lugar de recibir la comunicación completa, con lo cual el acto de comunicación habría sido fallido.

Fanjul Peyró (2008: 14) nos advierte, que a la hora de organizar actos y eventos hemos de tener en cuenta que los componentes no verbales de la comunicación, entre los cuales hemos incluido el contexto, nos aportan entre un 65% y un 93% de información y

significación social y es el espacio físico en que producimos el acto, una de las herramientas más importantes que tenemos a nuestro alcance.

El espacio pues, apoya el contenido del mensaje no únicamente como lugar de celebración de un evento, sino que forma parte del propio mensaje, ya que evoca las creencias guardadas en el imaginario colectivo, y refuerza la transmisión dentro de un entorno considerado como adecuado según las convenciones y reglas culturales aceptadas de la sociedad propietaria del lugar en el que se realice.

Su utilización consciente aporta un valor añadido a la comunicación además de ser el espacio físico y escenográfico en el cual se desarrollan los tiempos y ordenaciones de las organizaciones emisoras, puesto que como nos señala Herrero (2010: 193) comunica por sí mismo una experiencia y construye imágenes positivas en relación al acto (JIMÉNEZ MORALES, 2017: 75). Esta construcción basada en el cuerpo de creencias de los públicos a los que va destinado el mensaje son por tanto reconocibles por ellos al estar en consonancia con la identidad cultural del receptor.

6. CONCLUSIONES

El protocolo como forma de comunicación no verbal, siempre ha hecho uso de la rica simbología grupal que le aporta el uso del espacio, una de sus herramientas de comunicación esenciales, pero lo ha hecho de una forma en muchos casos, que bien podríamos llamar por costumbre, sin ahondar realmente en sus múltiples significados que pueden ser aprovechados para conseguir una comunicación aún más efectiva con nuestros públicos.

Es evidente la influencia que ejerce en el éxito de nuestros eventos, y por tanto en el proceso comunicativo de éstos la adecuada utilización de los espacios sociales y de poder, que en muchas ocasiones han sido patrimonializados por sus sociedades, incrementando así su valor como herramientas de comunicación no verbal por sí mismos, y no solo como soportes físicos del evento en sí.

Este conocimiento nos abre un abanico de posibilidades comunicativas no verbales en la organización de actos y eventos que potencian de forma exponencial el mensaje que se desea transmitir por parte de las organizaciones, ya que apelan a los significados culturales que estos entornos tienen para los receptores de dicho mensaje enriqueciendo el mismo, ya son reconocidos sin problemas por el grupo social seleccionado como público objetivo.

Los espacios que nos aportan esta carga simbólica, es cierto que muchas veces se encuentran desatendidos o simplemente no actualizados, lo que hace que en ocasiones no sean vistos como lugares adecuados para la celebración de actos y eventos.

Estos lugares, que suelen pertenecer al patrimonio inmueble pueden ser, sin embargo, efímeramente actualizados a través de técnicas escenográficas y producciones multimedia como el *mapping*, o de herramientas de marketing como el *storytelling*.

Esta modernización momentánea nos permite orientar la transmisión a realizar y lograr la mejor comunicación posible, consiguiendo así un contexto renovado de comunicación, que sin embargo mantiene intacta su simbología, ya que el espacio social de poder que se encuentra asociado a la memoria colectiva sigue presente y es soporte importante de los rasgos de identidad del conjunto del grupo.

Por tanto, podemos deducir que el empleo del espacio desde una óptica multidisciplinar, que tenga en cuenta como se relacionan las líneas temporales, espaciales, culturales y simbólicas del espacio y del grupo humano que lo habita, nos puede aportar un mejor entendimiento de la ocupación y transformación del territorio, que se prolonga en una mejor elección de sedes para el desarrollo de actos por parte del protocolo, puesto que al tener en cuenta su multidimensionalidad, permitimos que se cree un contexto limpio y sin interferencias, muchas veces de tipo cultural, que facilita, apoya y enriquece la comunicación y el éxito de la transmisión.

El conocimiento y reconocimiento de la identidad de la sociedad a través del patrimonio cultural de la misma, adecuadamente renovado de forma efímera y respetuosa, nos ayuda a crear espacios sociales reconocibles y modernos que proporcionan significados no verbales actualizados, en los cuales el protocolo puede desarrollar sus líneas temporales y de ordenación.

Estos marcos físicos conocidos perfeccionan el mensaje emitido, por ser representación de las clases dominantes, pero a la vez se diferencian de su estado y mensaje habitual debido a su actualización, aprovechando así al máximo su potencial comunicativo.

BIBLIOGRAFÍA

BORAU BOIRA, E. y GARCÍA GARCÍA, F., "Evolución del diplomacia y el protocolo ante el conflicto", *Ámbitos*, vol.24, primavera 2014, pp.1-12, p.5.

CASAL MACEIRAS, O., "La construcción de la imagen pública del poder a través del protocolo y el ceremonial. Referencias históricas", *Historia y Comunicación Social*, vol. 18, nº Esp. octubre 2014, pp. 761-775, p.762.

CASTILLO ESPARCIA, A., "La dirección estratégica en comunicación en las organizaciones. Retos y oportunidades", *Actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación*, Universidad de La Laguna, diciembre 2010, pp.1-18, p.1.

DELPONTI MACCHIONE, P, y PESTANO, J.M., "Comunicación corporativa 2.0. Cómo ganar notoriedad y transmitir imagen de marca en un mundo totalmente dominado por los medios", Actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna, diciembre 2010, pp.1-12, p.7.

DÍAZ DE RADA, A., Cultura, Antropología y otras tonterías. Ediciones Trotta, Madrid, 2010, p. 205

FANJUL PEYRÓ, C., "La importancia de la comunicación no verbal en la configuración de la imagen corporativa", Icono 14, nº 11, julio 2008, pp. 1-20, p.14.

GIMÉNEZ, G., "Modernización, Cultura e Identidad Social", Espiral: Estudios sobre Estado y Sociedad, vol. 1, nº 2, 1995, pp.35-56, p.41.

GÓMEZ ALONSO, J., ELBOJ SASO, C., "El giro dialógico de las ciencias Sociales: hacia una comprensión de una metodología dialógica", Acciones e investigaciones sociales, vol.12, 2001, pp.77-94, p.80.

GUPTA, A, y FERGUSON, J., "Más allá de la "cultura": espacio, identidad y las políticas de la diferencia", Antípoda nº7, (julio-diciembre) 2008, pp.233-256, p.241.

HARRIS, M., Introducción a la Antropología Cultural. Editorial Alianza Universidad, Madrid 1989, p. 508.

HERNÁNDEZ-ARTEAGA, I., "Investigación cualitativa: una metodología en marcha sobre el hecho social", Revista Rastros Rostros, Vol. 14, nº 27, (enero-junio) 2012, pp.57-68, p.61.

HERRERO, J.C. y CAMPOS GARCÍA DE QUEVEDO, G., "El necesario protocolo en la comunicación organizacional", ICONO 12, Año 8 vol. 2, 2012, pp.182-202, p.193

HIERNAUX-NICOLÁS, D. y GONZÁLEZ-GÓMEZ, C.I., "Gentrificación, simbólica y poder en los centros históricos: Querétaro, México", Scripta Nova, Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, vol. XVIII, nº 493, noviembre 2014 pp.1-15, p.2.

JAKOBSON, R., "Closing statements: Linguistics and poetics", Style in language, Cambridge, MITT Press, 1960, pp.350-377, p.353, disponible en: https://monoskop.org/images/8/84/Jakobson_Roman_1960_Closing_statement_Linguistics_and_Poetics.pdf

JIMÉNEZ MORALES, M. Y PANIZO ALONSO, J.M., Eventos y protocolo. La gestión estratégica de actos corporativos e institucionales. Editorial UOC, Barcelona 2017, pp.75.

MARTÍ PELLÓN, D., "Comunicación y Protocolo. Perspectivas teóricas", Icono 14, nº 11, julio 2008, pp. 1-25, p. 14.

MESNIL, J., "Fenomenología del espacio: un espacio encarnado", Eikasia Revista de Filosofía, vol. 83, (septiembre-octubre) 2018, pp.141-171, p.145.

MONROY GAITÁN, J.F., ISABEL PÉREZ, J y GARCÍA RUIZ, J., "Los espacios del poder. Desarrollo local en los procesos de localización industrial y desarrollo socioeconómico: el caso de Atlacomulco, Estado de México, 1980-2002", Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM, nº67, 2008, pp.130-147, p.133.

ORTEGA ERASO, E., "Conceptualización del espacio físico y social: incidencias en la integración y visibilización de la emigración Colombia-Ecuador", Diálogos de la comunicación, vol.79, (enero-junio) 2010, pp.1-7, p.6.

OTERO ALVARADO, T., "Los acontecimientos especiales como acciones de relaciones públicas: el ceremonial y el protocolo", en Comunicación organizacional: teorías y estudios, Clave Aynadamar, 2005, pp. 123-162, p. 126.

OTERO ALVARADO, T., "Relaciones públicas y gestión de públicos en eventos: los principios rectores del protocolo y el ceremonial", en Anàlisi 34, 2006, pp.255-269, p. 262.

PANIZO ALONSO, J., "El protocolo y el ceremonial en la sociedad, la comunicación y la imagen. Tendencias actuales en las relaciones públicas", Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas, Sevilla 2007, pp. 653-666 p. 653.

RAMIREZ GOICOECHEA, E., Etnicidad, Identidad, Interculturalidad: Teorías, conceptos y procesos de la relacionalidad grupal humana. Editorial Ramón Areces, Madrid, 2011, p.358.

RAMOS, F., La comunicación corporativa e institucional. De la imagen al protocolo. Editorial Universitas, Madrid, 2002, p. 96.

SALGADO LÉVANO, A.C., "Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos", Liberabit, v.13 n.13, Lima, 2007, pp. 71-78, p.71.

SÁNCHEZ ANDRADA, J., "El espacio: un problema pendiente en la narrativa del discurso audiovisual", Icono 14, vol.12, 2009, pp. 281-291, p.290.

SÁNCHEZ GONZÁLEZ, MDM., "Protocolo y Relaciones Institucionales", Estudios Institucionales, vol. IV, nº 7, 2017, pp.158-167, p. 158.

SIERRA SÁNCHEZ, J., "Protocolo: herramienta comunicativa, persuasiva y simbólica", Zer, vol. 13, nº 24, 2008, pp.337-361 p. 342.

VARGAS MONTERO, G., "Espacio físico y espacio sagrado", Actas de la reunión del grupo de trabajo del Centro de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Varsovia, Varsovia 1992, pp.179-189, p.183.

VELASCO, H. y DÍAZ DE RADA A., La lógica de la investigación etnográfica. Ediciones Trotta, Madrid, 1997, p. 220.

ZAMORA, R., “San Miguel de Tucumán, 1750-1812. La construcción social del espacio físico, de sociabilidad y de poder”, Población y Sociedad, nº17, 2010, pp.198-201, p.201.

ZÁRATE MARTÍN, M.A. y RUBIO BENITO, M.A., Paisaje, Sociedad y Cultura en Geografía Humana. Editorial Ramón Areces, Madrid, 2011, p.53.