

PROTOCOLO, CEREMONIAL Y EVENTOS

MARIBEL BRULL GONZÁLEZ

Protocolo, ceremonial y eventos

Maribel Brull González

MARIBEL BRULL GONZÁLEZ, <http://orcid.org/0000-0001-6253-9915>. Doctora en Ciencias de la Comunicación Social (2007). Profesora Titular (2009). Profesora Consultante (2020). Académica Titular de la Academia de Ciencias de Cuba, Sección Ciencias Sociales y Humanísticas (2024). Master en Comunicación Social (2001). Licenciada en Filosofía Marxista Leninista e Historia (1991). Graduada de Estudios de Ciencias Sociales en Moscú (1985). Investigadora del Centro de Investigación de la Cultura Cubana Juan Marinello (2000). Miembro del Consejo Científico de la Universidad de Oriente (2017). Con titulaciones en los Diplomados de Gestión comercial del producto cultural (1985). Relaciones Públicas (2007). Publicidad (2008). Relaciones Internacionales Universitarias (2009), Procesos Sociales de América Latina, Globalización Cultural (Universidad de la Habana) y Estudios en Patrimonio Cultural, Cultura de Pantalla (UO-Ámberes, Bélgica). Cine Mexicano (UMA-UO). Especialista en Programación Artística (1993). Promoción Cultural y Relaciones Públicas (1994). Protocolo, Ceremonial (ISRI) Organización de Eventos, Marketing. Cuenta con varias publicaciones científicas y resultados de investigaciones, se destacan Premio de la Academia de Ciencias de Cuba (2023), Distinción Especial del Ministro de Educación Superior de Cuba (2023), Premio Nacional de Relaciones Públicas (2011). Conferencista y ponente en eventos nacionales e internacionales. Colaboradora de programas de formación en postgrados de universidades cubanas y extranjeras. Asesora de Comunicación Social de varias organizaciones.

Protocolo, ceremonial y eventos

Maribel Brull González



Ediciones UO

Edición y composición: Lidia de las Mercedes Ferrer Tellez y
Maribel Brull González

Diseño de cubierta: Yoel Cipriano Castelnaux y Lidia de las Mercedes Ferrer Tellez

Impresión y encuadernación: GeoCuba. Oriente Sur

© Maribel Brull González, 2024

© Sobre la presente edición: 978-959-207-779-9

Ediciones UO, 2024

ISBN 978-959-207-779-9

Ediciones UO

Ave. Patricio Lumumba No. 507, e/ Ave. de Las Américas y Calle 1ra,

Reperto Jiménez. Consejo Popular José Martí Norte.

Santiago de Cuba, Cuba. CP: 90500

Telf.: +53 22644453

e-mail: jdp.ediciones@uo.edu.cu

edicionesuo@gmail.com

Índice

Agradecimientos/	7
Presentación/	11
Prólogo/	15
Introducción/	21
El Gobierno Provincial de Santiago de Cuba/	25
Simbología/	35
Los espacios públicos/	45
Protocolo y Ceremonial en el Gobierno Provincial de Santiago de Cuba/	59
Los símbolos nacionales, organizacionales e internacionales/	75
La cortesía social/	87
Reconocimientos del Gobierno Provincial/	101
Los eventos/	113
Los planos de mesas/	141
Referencias bibliográficas/	151

Agradecimientos

Al Gobierno Provincial de Santiago de Cuba por considerar el Protocolo, el Ceremonial y los Eventos un componente estratégico para el desarrollo de la educación y la cultura de la provincia.

A Odexa Fuentes Medina, por apreciar la utilidad de este libro.

A Irela Bárbara Vázquez Bueno, por estimar esta obra como una herramienta educativa.

A Juan Almeida Figueroa, por compartir las buenas experiencias.

Al Archivo del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba, por la información.

A la doctora Enma Cárdenas Acuña, por sus enseñanzas.

A la Universidad de Oriente, por la sabiduría compartida.

A la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales, un espacio inolvidable.

A mi familia el agradecimiento eterno.

A todos, muchas gracias.

El Palacio Provincial de Gobierno,
una obra que trasciende en el tiempo

Presentación

Ante los cambios que se presentan en las sociedades modernas, la comunicación social se distingue por su posición estratégica en la sostenibilidad de los territorios, donde la comunicación interpersonal requiere de una dimensión mayor para informar, activar y persuadir a colectivos, grupos sociales y organizaciones, siendo fundamental fortalecer el vínculo del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba con sus estructuras organizativas, administrativas y ciudadanos.

Conforme a las prácticas culturales de la comunicación social, el protocolo, el ceremonial y los eventos constituyen espacios públicos para fortalecer la identidad local y favorecer la imagen gubernamental, prestar atención a las normas de conductas que son vitales para mantener el intercambio con las personas, colectivos laborales, entidades; diputados, electores, miembros del Consejo Provincial, estructuras de los Órganos Municipales y Órganos Locales del Poder Popular.

Por consiguiente, se presenta el libro *Protocolo, Ceremonial y Eventos*, de la autoría de Maribel Brull González, Doctora en Ciencias de la Comunicación Social y Académica Titular de la Academia de Ciencias de Cuba, cuyo texto posibilita entender la utilidad del protocolo para el Palacio del Gobierno Provincial y todas las actividades vinculadas a los objetivos estratégicos del desarrollo cultural, económico y social de la provincia.

El libro constituye un aporte a la memoria histórica, cultural y comunicacional del inmueble del gobierno que se conserva desde 1926, en víspera de los cien años de su fundación; asimismo promueve la salvaguardia de la identidad y el patrimonio arquitectónico, facilita las buenas prácticas de interacción, amistad, cooperación económica y social de las organizaciones propiciando el intercambio de la información y el conocimiento centrado en el aprendizaje social y orientado al desarrollo cultural de todos en la sociedad santiaguera.

Santiago de Cuba, 10 de septiembre de 2024

MsC. Manuel Falcón Hernández

Gobernador



Gobierno Provincial
Santiago de Cuba

Presentación del Gobierno Provincial

Ante los cambios que se presentan en las sociedades modernas, la comunicación social se distingue por su posición estratégica en la sostenibilidad de los territorios, donde la comunicación interpersonal requiere de una dimensión mayor para informar, activar y persuadir a colectivos, grupos sociales y organizaciones, siendo fundamental fortalecer el vínculo del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba con sus estructuras organizativas, administrativas y ciudadanos.

Conforme a las prácticas culturales de la comunicación social, el protocolo, el ceremonial y los eventos constituyen espacios públicos para fortalecer la identidad local y favorecer la imagen gubernamental, prestar atención a las normas de conductas que son vitales para mantener el intercambio con las personas, colectivos laborales, entidades; diputados, electores, miembros del Consejo Provincial, estructuras de los Órganos Municipales y Órganos Locales del Poder Popular.

Por consiguiente, se presenta el libro Protocolo, Ceremonial y Eventos, de la autoría de Maribel Brull González, Doctora en Ciencias de la Comunicación Social y Académica Titular de la Academia de Ciencias de Cuba, cuyo texto posibilita entender la utilidad del protocolo para el Palacio del Gobierno Provincial y todas las actividades vinculadas a los objetivos estratégicos del desarrollo cultural, económico y social de la provincia.

El libro constituye un aporte a la memoria histórica, cultural y comunicacional del inmueble del gobierno que se conserva desde 1926, en víspera de los cien años de su fundación; asimismo promueve la salvaguardia de la identidad y el patrimonio, facilita las buenas prácticas de interacción, amistad, cooperación económica y social de las organizaciones propiciando el intercambio de la información y el conocimiento centrado en el aprendizaje social y orientada al desarrollo cultural de todos en la sociedad santiaguera.

Santiago de Cuba, 10 de septiembre de 2024.

MSc. Manuel Falcón Hernández
Gobernador





Prólogo

En la sociedad contemporánea las relaciones sociales de todo tipo se anclan en códigos y principios normados por la práctica. Los usos y las costumbres perfilan los comportamientos humanos y favorecen la interacción de los diferentes estamentos que conforman la sociedad. Sin embargo, el avance y complejización de las relaciones sociales, la perspectiva amplia de interacción entre individuos, instituciones, gobiernos y países han influido en la normalización o establecimiento de reglas enfocadas a lograr una mejor conducción de los actuantes en intercambios formales y oficiales basados en el respeto, la cordialidad y la educación.

El ceremonial, establece pautas que sirven como guía para definir el orden en un acto solemne o formal; el carácter de cada actividad determina el manejo del ceremonial que también está fundamentado en tradiciones y prácticas de cada pueblo, sin soslayar el aprendizaje de experiencias de otros espacios culturales que enriquecen las normas, aportando a la distinción y la elegancia. La particularidad de cada ceremonia está delimitada por su propio ritual, haciendo permanente aspectos que la tipifican, lo que ha incidido en una tendencia a regularizar su práctica por escrito.

Protocolo y ceremonial van de la mano, mancuerna necesaria para que actos y eventos oficiales cumplan con una serie de formalidades y pautas para su adecuada ejecución; las sociedades modernas y su complejo entramado organizacional exponen de esta manera su concepto de civilidad, respeto, disciplina, cortesía y distinción, aprovechan los códigos establecidos internacionalmente para lograr acercamientos entre organizaciones y países, así como el cumplimiento de objetivos y metas estratégicas de interés mutuo.

En estructuras oficiales con responsabilidad socio-política como lo es el gobierno provincial de Santiago de Cuba, se hace imprescindible una buena práctica protocolar, en correspondencia con el alto compromiso social y la pluralidad de relaciones humanas que se desarrollan regidas por la tríada de valores deseados: la integración, el colectivismo y la coherencia, como lo afirma la autora. Asimismo, ella explica cómo el protocolo influye y determina en el funcionamiento de las organizaciones, con notable incidencia en los resultados de trabajo, desde la imagen de

los productos y servicios que se brindan a la población hasta las formas de aprendizaje social de todos los miembros que la integran.

Es por ello, que la Dr. C. Maribel Brull, especialista en la materia, desarrolla un valioso texto que expone de manera exhaustiva y clara todos los procedimientos y pautas para la organización de las actividades protocolares orientadas al perfeccionamiento de las relaciones sociales que establece el gobierno provincial como parte de sus funciones, interacción que incluye una amplia gama de organizaciones, estructuras administrativas y de masas, comunidades y la prensa; igualmente son tratados aspectos de significativa relevancia en el orden protocolar para el adecuado intercambio con personalidades y países en beneficio de la cooperación, el desarrollo cultural, económico y social. Aprovecha este referente para exponer datos de interés relacionados con la historiografía del inmueble, así como presentar sus espacios, símbolos y obras de arte que lo enriquecen material y simbólicamente; aspectos que junto al valor histórico-social le valieron la declaratoria de Monumento Nacional por Resolución 180/ 2003 del Ministerio de Cultura.

Si bien los aspectos teóricos de protocolo, ceremonial y eventos son analizados desde la perspectiva que ofrece el gobierno provincial de esta ciudad, el texto tiene una importancia que va más allá, en tanto es suficientemente argumentativo e ilustrativo como para ser utilizado por especialistas como material de consulta y como instrumento de aprendizaje por cualquier ciudadano que tenga acceso al escrito. Los aspectos conceptuales están expuestos de manera clara y sencilla, así como los procedimientos integradores de estas prácticas, lo que puede aprovecharse como una guía por otras instancias y organizaciones.

El material cuenta IX capítulos en los que dedica los tres primeros a la historia del inmueble, la simbología del palacio de gobierno y los espacios públicos, pormenorizando sus funciones o destinos y los detalles de ambientación que lo conforman; el capítulo IV está dedicado íntegramente al protocolo y ceremonial, arguye sobre estos conceptos y otros que concretizan en la práctica la dinámica protocolar como: planimetría, proxemia, públicos, presidencia y precedencia; el capítulo V versa sobre los símbolos nacionales, organizacionales e internacionales, importantes porque expresan la identidad en espacios oficiales; el capítulo VI aborda la cortesía social y otras aristas en las que se expresa como: el saludo, las presentaciones, autopresentaciones y la vestimenta . Este capítulo, por su contenido, puede ejercer una positiva influencia transformadora en el

lector común que, de seguro, encontrará en estas páginas una guía para una mejor presentación en espacios protocolares. El capítulo VII recoge los reconocimientos del gobierno y los obsequios de identidad.

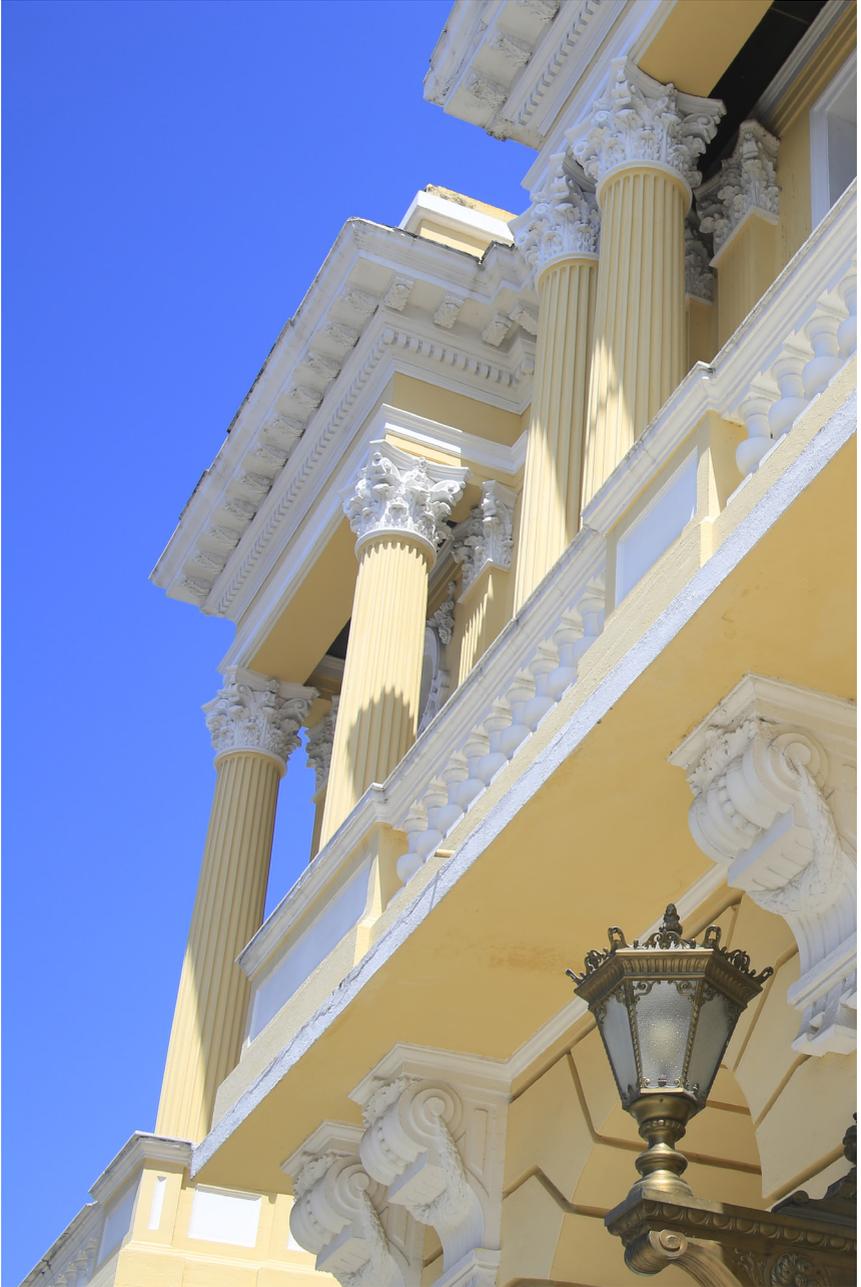
Se agradece el apartado dedicado a eventos, identificado con el capítulo VIII ya que, además de la clasificación y detalles sobre los tipos de eventos, los cataloga de acuerdo a su finalidad, expone los beneficios individuales y colectivos de esta forma de interacción socio- científica y cultural. Incluye en este apartado los actos organizacionales, mostrando las generalidades y las diversas clasificaciones, las actividades protocolares en eventos nacionales e internacionales, detallando los diferentes momentos y formas de llevar a cabo el protocolo. Incluye las etapas de organización de eventos y actos sociales, con una extensa y detallada guía de los diferentes momentos, de gran utilidad para los directivos y personal que gestionan estas jornadas. La autora no descuida ningún detalle e incluye para cerrar ese capítulo el patrocinio y la publicidad en los eventos, aspectos de gran importancia en el contexto comunicacional actual.

Finalmente cierra con el capítulo IX, dedicado a los planos de mesa, argumentando e ilustrando con gráficos de elaboración propia la relación que dentro del protocolo se establece entre la ubicación en la mesa y la jerarquía del invitado, demostración de la necesidad de mantener normas de etiqueta sin que haya ruptura comunicacional entre el anfitrión y sus invitados.

El texto tiene como méritos adicionales, además de la amplitud informativa, la presencia de imágenes fotográficas del inmueble y del material artístico e histórico que conforma una valiosa colección, integrada por pinturas, esculturas, símbolos patrios; como se había apuntado, también los planos de su autoría apoyan el texto, lo que contribuye a una mejor comprensión de lo descrito por la autora. La lectura se torna atractiva y el contenido por su utilidad es susceptible de ser aplicado fuera de los marcos organizativos oficiales.

Agradezco a la Dr. C. Maribel Brull González haberme invitado a prologar este valioso libro, resultado de largos años de trabajo e investigación, que será apreciado por especialistas y neófitos que deseen incursionar en el extraordinario y maravilloso mundo del protocolo, el ceremonial y los eventos.

Dr. C. Tania García Lescaille
Ciencias sobre el Arte



Introducción

El protocolo, el ceremonial y los eventos se han extendido a todos los espacios públicos de actuación social, tanto físicos como digitales, donde se comparten culturas y se desarrollan las relaciones humanas en los diferentes niveles interpersonales, intrapersonales, organizacionales, interinstitucionales, entre comunidades y naciones.

En la actualidad el protocolo influye y determina en el funcionamiento de las organizaciones con notable incidencia en los resultados del trabajo, desde la imagen de los productos y servicios que se brindan a la población hasta las formas de aprendizaje social de todos los miembros que la integran. El presente libro se fundamenta en la memoria histórica del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba, así como de las experiencias acumuladas en la organización de los actos y eventos de carácter protocolar.

Esta obra comunicacional posee un enfoque conceptual y práctico basado en las teorías de la Comunicación Social y varias disciplinas científicas de las Ciencias Sociales y Humanísticas, donde se utiliza de forma didáctica el lenguaje visual con énfasis en los símbolos de identidad. En este sentido, se ilustra al inicio de los 9 capítulos una imagen fotográfica como expresión de las áreas del inmueble del Palacio del Gobierno, que permite apreciar un conjunto de detalles estéticos, objetos, bienes culturales y la trascendencia de la arquitectura de la época. A su vez estas imágenes sirven de guía al lector para transitar por los 42 epígrafes desarrollados, los cuales abarcan desde los orígenes del inmueble hasta el presente, ilustrando la conservación de los espacios públicos que posee y las proyecciones socioculturales de las actividades del gobierno en función del protocolo, el ceremonial y los eventos.

El texto aporta desde los antecedentes históricos y culturales del inmueble del gobierno, un sistema integrado de protocolo, ceremonial y eventos basado en la comunicación social, con el propósito de perfeccionar las relaciones sociales en las organizaciones y fortalecer las nociones de la amistad en el contexto local, nacional e internacional. De esta forma, el libro contribuye al aprendizaje social acerca del protocolo, ceremonial y eventos mediante un conjunto de procedimientos que fortalecen la identidad y la imagen de la provincia en los escenarios nacionales e internacionales en un contexto global de colonización cultural.

Por otra parte, constituye un material de consulta para la implementación de los procesos de comunicación social de las organizaciones, donde los conocimientos de las normas tratadas son demostrativos para las personas que instituyen y participan en las actividades de protocolo, específicamente la planeación estratégica de los eventos dentro de las perspectivas de gestión del gobierno para el ejercicio de las relaciones públicas, el patrocinio y la publicidad en las campañas de bien público, entre ellas, la campaña por los cien años del inmueble del Palacio Provincial del Gobierno de Santiago de Cuba.



Escudo Nacional

Estrella de Oro

Escudo del Gobierno Provincial

Título de Muy Noble y Muy Leal (14 de febrero de 1712)

Colección de símbolos existentes en los muebles del Palacio del Gobierno Provincial

El Gobierno Provincial de Santiago de Cuba

1.1 Cien años del inmueble del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba

Santiago de Cuba está considerada la segunda provincia de importancia del país, en el 2021 contaba con 1 040 897 habitantes. Su capital es Santiago de Cuba, una ciudad legendaria, llena de historia, cultura y fuertes tradiciones. Por el desarrollo comercial y social se convirtió en una de las ciudades más distinguidas del país, siendo capital desde 1515 hasta 1556, año en que pasa a la posición de segundo Gobierno de la Isla. El territorio nacional quedó dividido en tres departamentos (Occidental, Central y Oriental) se mantuvo como capital del Departamento Oriental a lo largo de las diferentes divisiones político-administrativas.

La provincia de Santiago de Cuba fue capital de la provincia de Oriente desde 1878 hasta 1976 que se aprobó la Nueva División Política Administrativa. El 1 de enero de 1984, fue declarada por el Consejo de Estado de la República de Cuba, como Ciudad Héroe, la mayor condecoración del país y recibió la Orden Antonio Maceo, de las tres estrellas, la mayor condecoración militar, por su amplia vocación patriótica y lealtad a los principios y valores de la nación cubana.

La provincia está formada por 9 municipios, San Luis, Mella, Palma Soriano, Contramaestre, Tercer Frente, Songo - La Maya, Segundo Frente, Guamá y Santiago de Cuba. (Imagen 1). Actualmente está integrada por 131 Consejos Populares (20 urbanos, 66 rurales y 45 semiurbanos).

El municipio de Santiago de Cuba, es el más poblado del país, con una población de 509 971 habitantes, donde se asienta la ciudad homónima que por ser la segunda en importancia de la nación se divide en seis Distritos: José Martí, 26 de Julio, Antonio Maceo, Abel Santamaría, René Ramos y Frank País, según se expresa en el mapa físico de la pro-

vincia de Santiago de Cuba. Al municipio Santiago de Cuba le siguen en número poblacional Palma Soriano con 124 929 y Contramaestre con 106 559 habitantes respectivamente (ONEI, 2019).

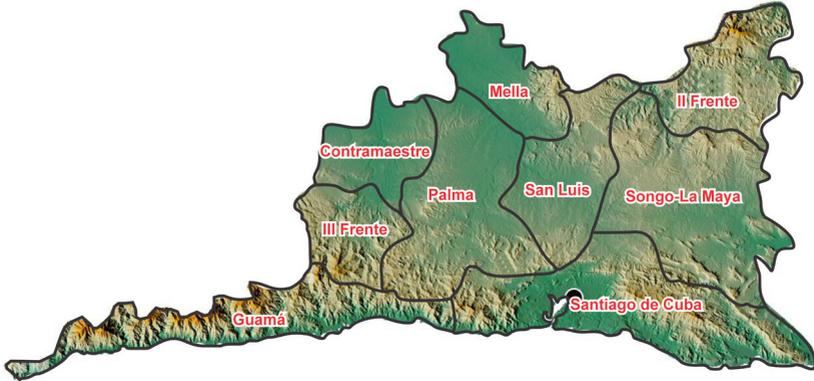


Imagen 1. Mapa físico de la provincia de Santiago de Cuba.

Fuente: <https://santiagooenmi.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/08/13santiago-de-cuba.png>

El Gobierno Provincial del Poder Popular está constituido en la demarcación político-administrativa cuyos límites están fijados por la Constitución de la República de Cuba. Es además el Órgano Superior del Estado y, en consecuencia, está investido de la más alta autoridad para el ejercicio de las funciones estatales. Dentro del marco de su competencia y ajustándose a la ley ejerce gobierno.

La provincia de Santiago de Cuba tiene una personalidad jurídica propia a todos los efectos legales y se organiza como nivel intermedio de información y comunicación social entre las estructuras centrales del Estado y los municipios. En correspondencia con ello, para el ejercicio de sus funciones, el Órgano se apoya en el Consejo de Gobierno, Coordinaciones, Comisiones de Trabajo, los Consejos Populares, así como en la iniciativa y amplia participación de la población, en estrecha relación con las organizaciones de masas y sociales.

El Poder Popular en Santiago de Cuba ejerce sus funciones en el marco del sistema de órganos organizado en correspondencia con lo dispuesto en los Capítulos X y XII de la Constitución de la República de Cuba, que tiene como fin, instituirse en medio de acción del proyecto sociopolítico cubano para la construcción de una sociedad socialista, como expresión de la verdadera democracia y en correspondencia con los fundamentos teóricos y jurídicos enunciados en el propio texto constitucional.

El inmueble del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba, está localizado en la calle Francisco Vicente Aguilera, (en lo adelante Aguilera), una de las más antiguas y transitadas, rodeada de numerosos espacios culturales y comerciales, eje que une el sistema principal de plazas de esta ciudad, correspondiendo con la manzana 869. La fachada principal del inmueble está ubicada al Sur coincidiendo con la calle Aguilera y la posterior se orienta al Norte; la calle Pío Rosado (Carnicería) es el límite Este del inmueble y al Oeste colinda con el edificio de la Escuela Profesional de Comercio.

En el entorno de este pasaje urbano se erige el Palacio de Gobierno, una obra arquitectónica inaugurada el 23 de junio de 1926, del autor Carlos Segrera González (1880-1922), arquitecto e ingeniero civil, iniciador del proyecto urbanístico y arquitectónico de la era republicana en Santiago de Cuba. Creador de varias obras entre ellas, el Museo Emilio Bacardí Moreau, Hoteles Casa Granda e Imperial, tiendas multidepartamentales como La California y la apariencia actual de la Catedral (remodelación entre 1916 y 1922). En la imagen 2, se puede apreciar una fotografía antigua del inmueble como ejemplo de la conservación de esta obra patrimonio cultural arquitectónico de la provincia y la nación.



Imagen 2. Fotografía antigua del Palacio Provincial de Gobierno.

Fuente. Archivo Histórico Provincial de Santiago de Cuba.

El inmueble es propiedad del Estado cubano, cedido por el Congreso de la República por Ley del 18 de febrero de 1914. Tiene tres niveles con varias instalaciones, oficinas, departamentos, salones de reuniones, Salón de Sesiones y Recepciones del Consejo, Administración y el Gobierno Provincial, siendo escenario de varios acontecimientos nacionales e internacionales que le conceden una marca histórica y cultural, se destaca el acto de fundación de la Universidad de Oriente, el 10 de octubre de 1947.

1.1 Orden cronológico de los Gobernadores de la provincia Santiago de Cuba

El Gobierno Provincial del Poder Popular funciona en estrecho vínculo con el pueblo, conformado en la actualidad por un Gobernador, un Vicegobernador y un Consejo Provincial, que poseen la mayor jerarquía social para el desempeño de la misión fundamental, el desarrollo económico y cultural del territorio. Para lograr la relación deseada con los ciudadanos es vital el conocimiento de la memoria histórica de la localidad, de las organizaciones y de la nación, siendo un pilar estratégico para el análisis, la toma de decisiones y las proyecciones laborales en aras del desarrollo sostenible de la sociedad.

El conocimiento es un recurso inagotable que permite desarrollar la cultura organizacional, la cual integra valores, tradiciones, costumbres y comportamientos con énfasis en las reglas de cortesía y educación de los miembros de una organización. Para fomentar esta cultura es vital conocer la historia, las normas y procedimientos heredados desde las antiguas estructuras de organización del gobierno, así como el conocimiento de la historia local, específicamente, la cronología de los gobernadores de la provincia de Santiago de Cuba, la cual se establece siguiendo la regla de sucesión en forma numérica, donde el periodo de mandato se comportó de cuatro a cinco años, aunque se evidencian etapas que van desde los dos hasta seis años de gobierno.

Gobernadores de Santiago de Cuba desde 1902 hasta enero de 1959

- I. 1902 - 1904. Francisco Sánchez Hechavarría
- II. 1904 -1909. Manuel Yero Sagol
- III. 1909 -1913. Rafael Manduley del Río
- IV. 1913- 1917. Manuel Rodríguez Fuentes

- V. 1917- 1918. Alfredo Guillén Morales
- VI. 1918 - 1920. Guillermo Fernández Mascaró
- VII. 1920 - 1923. Alfredo Lora Torres
- VIII. 1923 - 1934. José Ramón Barceló Reyes
- IX. 1934 -1940. Dr. Ángel Pérez André
- X. 1940 - 1948. Ramón Corona García
- XI. 1948 - 1951. José Maceo González
- XII. 1951 - 1952. Miguel Mesa Más
- XIII. 1952 - 1953. Waldo Pérez Almaguer
- XIV. 1953 - 1954. Julián García Benítez
- XV. 1954 - 1956. Justo Salas Arzuaga
- XVI. 1956 - 1959. Mariano Rey

En esta época se identifican años de poca estabilidad donde los gobernadores funcionaron por dos y tres años, incidiendo en los proyectos de desarrollo social y económico de la provincia.

Gobernadores de Santiago de Cuba desde el 1ro. de enero de 1959 hasta 1976

- XVII. 17.enero 1959-Julio 1959. Carlos Chaín Soler
- XVIII. 18. Julio 1959- noviembre 1959. Taras Domitro Terlebauca
- XIX. 19.diciembre 1959-1962. Manuel Aradas Macías
- XX. 1962-1964. Abilio Cortina Pérez
- XXI. 1964-abril 1965. Eugenio Bandes Barrera
- XXII. Mayo 1965- noviembre 1965. Armando Ruiz Balcells
- XXIII. Diciembre 1965-1969. Isidro Martínez Parra
- XXIV. 1969-1976. Eddy Fernández Boada

En la época Revolucionaria la estructura de Gobierno Provincial mostró modificaciones con la aprobación de nuevas leyes y políticas del Estado cubano:

- 1959-1961. Se creó el Comisionado Civil para el desempeño de funciones políticos administrativas sociales.
- 1960. Se decidió incrementar el número de municipios y fortalecer la autoridad de las instancias provinciales de Gobierno. Se estableció un eslabón intermedio llamado región, con el objetivo

de mejorar el sistema organizativo y de dirección territorial de las actividades económicas y sociales.

- 1961-1965. En abril de 1961, se crean las Juntas de Coordinación. Ejecución e Inspección (JUCEI), que constituyeron un aparato más amplio integrado por otros organismos y empresas; el mismo tuvo una actuación destacada en el desarrollo de la Revolución Cubana.
- 1966. En enero de este año, surgen las Administraciones Locales, organizadas a nivel de provincia, región y municipio; éstas no se limitaron a la creación de una nueva estructura, establecieron principios de elección para los cuadros dirigentes; la misma enfrentó tareas organizativas en las esferas económicas, políticas y sociales.
- 1976. Luego de aprobada el 24 de febrero de este año, la Primera Constitución Socialista, como la Carta Magna que define el carácter socialista de la Revolución Cubana, se realiza una nueva División Política Administrativa y fueron creados los Órganos del Poder Popular; la provincia de Oriente se multiplicó en cinco provincias, pasó entonces Santiago de Cuba a ser capital de la provincia homónima.
- 1976. Se crean los Órganos del Poder Popular después de la Nueva División Política y Administrativa, lo que origina un nuevo ordenamiento político y social de la región oriental de Cuba.
- 2019. Se aprueba la nueva Constitución de la República de Cuba, donde se establecen los fundamentos políticos del Estado cubano, en particular en el Título VII, Organización Territorial del Estado y el Título VIII Órganos Locales del Poder Popular. En este último se reconoce en el Capítulo I Gobierno Provincial del Poder Popular, Artículo 174, las figuras de Gobernador y Vicegobernador y en el Artículo 182, el Consejo Provincial, como el órgano colegiado y deliberativo que cumple las funciones previstas en la Constitución y las leyes. Presidido este por el Gobernador e integrado por el Vicegobernador como los de mayor rango, de igual forma, lo integran los presidentes y los vicepresidentes de las asambleas locales del Poder Popular correspondientes y los intendentes municipales.

Gobernadores de Santiago de Cuba desde 1976 hasta el 2024

XXIV. 1976-1990. Eddy Fernández Boada

XXV. 1990-1995. Reynaldo Endis Endis

XXVI. 1995-1999. Luís Estruch Rancaño

- XXVII. 2000 - 2005. Manuel Cortés Dumas
- XXVIII. 2005 - 2011. Rolando Yero García
- XXIX. 2011 - 2016. Reinaldo García Zapata
- XXX. 2016 - 2023. Beatriz Johnson Urrutia
- XXXI. 2024-actualidad. Manuel Falcón Hernández

Como se aprecia la sucesión de mandatos no se establece de forma homogénea, hay periodos más largos y otros más cortos. En determinadas etapas los cambios son originados por nuevas políticas nacionales y regionales, modificaciones de estructuras organizativas y administrativas. En la actualidad el Consejo de la Administración provincial del Poder Popular de Santiago de Cuba y el Consejo Provincial, siguen radicando en el edificio patrimonial (Imagen 3).



Imagen 3. Fotografía actual del edificio del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba.

Fuente. Archivo personal, 2024

Por los resultados obtenidos en la gestión del gobierno provincial, la organización obtuvo la Distinción “Héroes del Moncada”. Y el edificio fue declarado Monumento Nacional, por Resolución No. 180 del Ministerio de

Cultura, el 12 de noviembre de 2003, atendiendo a los bienes históricos, culturales, artísticos y ambientales que conforman el inmueble fundacional y la conservación de los espacios patrimoniales arquitectónicos (Imagen 4).

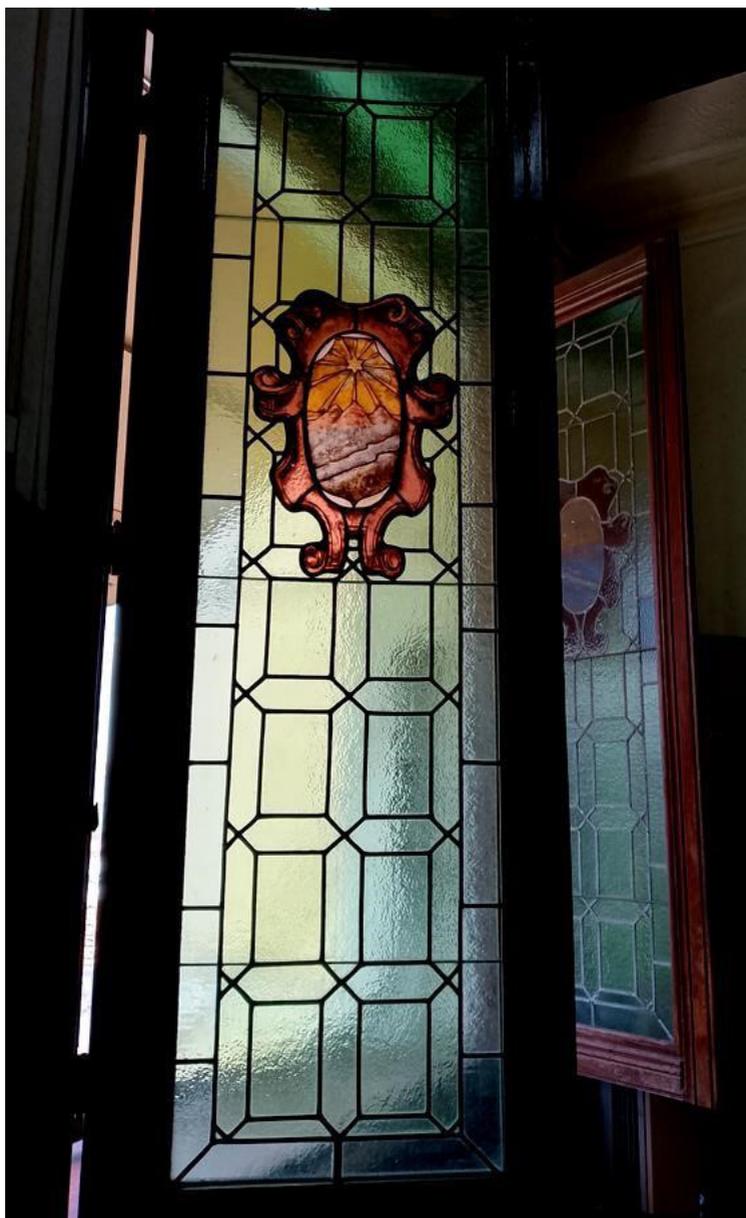


Imagen 4. Placa de Declaración de Monumento Nacional al inmueble del Gobierno Provincial.

Fuente. Archivo del Gobierno Provincial.

En el 2024, se implementa en el país la nueva estructura del Gobierno Provincial, atendiendo al Decreto 69/2022 “De las estructuras organizativas en las administraciones provinciales del Poder Popular” (GOC-2022-1010-O108). Y el Decreto 72/2022 “De las estructuras organizativas en las administraciones municipales del Poder Popular” (GOC-2022-1011-O108).

En este contexto el gobierno se encuentra en proceso de actualización de su modelo económico y social, integrando sus tres dimensiones: la económica, la social y la ambiental. La articulación del Plan Nacional De Desarrollo Económico y Social hasta el 2030 (PNDES 2030) con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los cuales constituyen un factor clave para avanzar en esa dirección. De igual forma, en la implementación de la Ley de Comunicación Social, en particular la Campaña Comunicacional Nacional "Cien años del Palacio Provincial de Gobierno”.



El arte del vitral, una forma de transmitir mensajes. Mezcla de luz y color, combinación estética que narra una historia: el Escudo del Gobierno Provincial de autor anónimo

Simbología

2.1 El Escudo del Gobierno Provincial

El escudo o sello es un símbolo heráldico que representa a un territorio, sus valores, lealtad, fuerza y honor. En el inmueble del Palacio del Gobierno se exhiben un conjunto de símbolos existentes que corresponden a diferentes momentos históricos; entre ellos se destaca el Escudo Nacional de la República de Cuba y se particulariza el Escudo del Gobierno Provincial, el cual evoca una fuerte tradición que se remonta a las Guerras de Independencia, a la campaña de 1895, al ser usado como cuño oficial en los documentos firmados por el Mayor General Calixto García Iñiguez, Jefe de la División Oriental; así lo evidencia la Guía General de Santiago de Cuba, Editorial Antillana, 1937 con el fragmento siguiente:

El Escudo de la provincia de Oriente fue adoptado por el Estatuto del Consejo Provincial en fecha 25 de agosto de 1905. Este Escudo fue usado por primera vez en la Revolución de 1895, en documentos oficiales del Mayor General Calixto García Iñiguez (Editorial Antillana, 1937).



Imagen 5. Epistolario del Mayor General Calixto García Iñiguez, con asentamiento en Gíbara en 1898.

Fuente. Archivo Histórico Provincial de Santiago de Cuba.



Imagen 6. Escudo de la antigua región de Oriente, asumido el 25 de agosto de 1905.

Fuente: https://simple.wikipedia.org/wiki/Santiago_de_Cuba_Province

En la imagen 6 se presenta el Escudo de la antigua región oriental. El mismo cuenta con 4 banderas cubanas y los elementos simbólicos de la estrella solitaria de cinco puntas, 10 rayos de sol, tres elevaciones montañosas que representan la Sierra Maestra, un valle y un río. Se presupone que esta composición gráfica le precede al actual Escudo del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba, ya que en el estudio realizado se halla en la parte superior del encabezado del espistolario del Mayor General Calixto García Iñiguez. Este símbolo hasta la actualidad es un tema poco investigado desde la comunicación social.



Imagen 7. Escudo del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba.

Fuente. Archivo del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba.

El origen de ese símbolo, según fuentes históricas consultadas que se registran en la bibliografía, se remonta a las guerras de independencia de Cuba, el mismo fue utilizado como cuño oficial durante la campaña de 1895 por el Mayor General Calixto García Iníguez (4 de agosto de 1839-11 de diciembre de 1898) quien se destacó como líder insurrecto cubano durante la Guerra de los Diez Años (1868-1878), la Guerra Chiquita (1879-1880) y la Guerra Necesaria (1895-1898) (Imagen 6). Su significación histórica fue legalizada por el Consejo Provincial de la región de Oriente el 1 de septiembre de 1905.

Se observa, la composición de Escudo formado por una cordillera de montañas enlazadas entre sí, representando la Sierra Maestra, simbolizadas en color verde; al centro el Pico Turquino; el río Cauto, en color azul; la Estrella Solitaria, en color blanco irradiando los rayos del sol, en color amarillo; en latín el texto *Pestro Pro Patria* que significa “Dispuestos por la Patria”, el lema en un cintillo que circunda en la parte superior y en el borde inferior de este, aparece una rama de olivo de un lado y en el otro un laurel. Todos los elementos se estructuran en un pergamino ovalado, de color oro, que encuadra la pieza de comunicación visual.

Esto implica que el contenido del Escudo es patriótico dado por el contexto de su origen y la frase central que guía el pensamiento de la época. Esta obra revela la naturaleza de la región, los valores auténticos de la geografía oriental. Como símbolo de la provincia Santiago de Cuba, refleja las tradiciones de lucha por la soberanía del territorio, expresión de su historia, identidad, patrimonio cultural y natural. Aparece desde la inauguración del inmueble el 23 de junio de 1926, en madera preciosa, mármol y vitral en el diseño original del edificio del Gobierno Provincial.

En la XIX Sesión Ordinaria del VIII periodo de mandato de la Asamblea Provincial del Poder Popular, el Escudo fue aprobado como objeto símbolo de comunicación social para que distinga y represente la región de Oriente antes de la División Político Administrativa de 1976.

Este símbolo por su trascendencia histórico-cultural fue estampado en la Basílica de El Cobre y el Mausoleo “José Martí”, representando la continuidad de la lucha de este territorio por la independencia y en él están incluidos los elementos patrióticos y revolucionarios que caracterizan el oriente cubano.

Como se aprecia en la imagen 8, el Escudo está ubicado en la parte frontal de las escaleras que dan paso al segundo nivel del inmueble del Gobierno Provincial y en la imagen 9, se presenta al relieve en mármol.



Imagen 8. Escalera principal de mármol. Diseño original del inmueble del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba.

Fuente. Archivo del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba.



Imagen 9. Escudo original del Gobierno Provincial en mármol.

Fuente. Proyecto de acuerdos de la Sesión de la Asamblea Provincial del Poder Popular, el 15 de febrero de 2002.

La Asamblea Provincial del Poder Popular de Santiago de Cuba, realizada el 10 de febrero de 1996, aprobó el Acuerdo número 219-VII instituyendo el Reconocimiento “Escudo de la Provincia”, para su otorgamiento

a personas o instituciones destacadas en diversas esferas de la sociedad. Esta aprobación le confiere al Escudo un carácter ceremonial. La ceremonia de entrega del Escudo, se realiza en el Salón de Los Espejos, situado en el segundo nivel del inmueble, espacio que se muestra en la imagen 10.

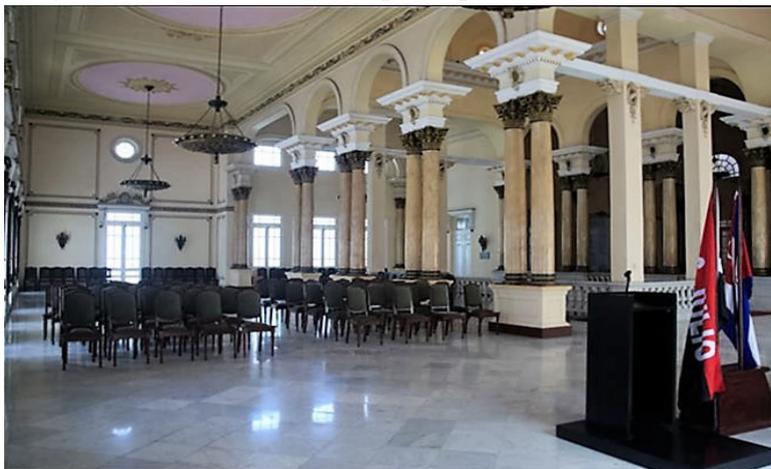


Imagen 10. Salón de Los Espejos, situado en el segundo nivel del edificio del Gobierno Provincial.

Fuente. Archivo del Gobierno Prvncial de Santiago de Cuba, 2024.

2.2 Identificador del Gobierno Provincial

El símbolo o isotipo es una figura visible que en lenguaje gráfico sirve para representar una idea, en este caso la identidad de la organización o entidad. En este caso, es un signo visual, una imagen icónica que se expresa en síntesis mediante dibujo, línea, esquema u otra figura y que se puede usar en combinación con la frase central de la organización.

La marca gráfica o identificador actual del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba, se presenta en la imagen 11, es el resultado de la conceptualización de la autora de esta investigación y el diseñador Jorge Luis Martínez Rubiño. El logotipo está precedido de un estudio metódico y objetivo, es una obra comunicacional y artística que expresa en síntesis un discurso visual original, donde se logra representar de forma gráfica el inmueble donde ejerce sus funciones el gobierno, además del pueblo en el poder, formada por pictogramas, que significan personas, diputados y electores que ejercen la participación social y el control popular directamente o por medio de las estructuras organizativas y administrativas del Poder Popular

y demás órganos del Estado; la estrella solitaria de cinco puntas, un símbolo que está presente en varios salones del inmueble, manifestando fuerza, sabiduría, virtud, luz y solidaridad, representación de los atributos nacionales de la historia de la nación cubana: la Bandera de la Demajagua, por Carlos Manuel de Céspedes, Padre de la Patria; la Bandera de la Estrella Solitaria y el Escudo Nacional de la Palma Real de la República de Cuba.

El identificador se rige por el principio de identidad, presenta una composición descriptiva que transmite historicidad, fácil de reconocer, recordar, con los colores básicos, blanco y negro, y la imagen del texto, ilustrando el nombre de la provincia Santiago de Cuba y el Órgano Superior del Estado. En el manual de *Identidad Visual* se exponen los diversos usos del identificador con los fondos tipográficos y soportes en colores verde y azul principalmente, aunque se aceptan los fondos rojos y letras negras por ser colores representativos de la historia de la provincia.

El símbolo icónico permite distinguir y diferenciar las estructuras del gobierno de Santiago de Cuba con otras provincias del país, facilita la comunicación visual en los espacios públicos físicos y digitales, así como en diversos medios de comunicación social, soportes y canales.



Imagen11. Identificador del Gobierno Provincial

Fuente. Martínez, Rubiño, J.L y Brull González, M. (2024). Manual de identidad visual. Gobierno provincial de Santiago de Cuba.

Como se aprecia el escudo y el identificador del gobierno forman parte del sistema de símbolos, así como los estandartes, sellos, banderas, pla-

cas, que simbolizan la cultura organizacional, conformando los atributos que lo identifican y distinguen en los escenarios nacionales e internacionales. Los símbolos nacionales de máxima expresión, el Himno Nacional, la Bandera Nacional y el Escudo de Cuba, interactúan en los diferentes espacios públicos con los símbolos de identidad de las organizaciones ocupando la posición de preferencia.



Vestíbulo del Gobierno Provincial

Los espacios públicos

3.1 Los espacios públicos de las organizaciones

Espacio público es el lugar de propiedad pública, dominio y uso legal. Es la parte física o digital donde las personas tiene el derecho a circular. Es la zona, donde se ejerce la comunicación social en los niveles intrapersonal, interpersonal, grupal, intergrupal, institucional e interinstitucional, en los ámbitos organizacional, mediático y comunitario.

Constituyen espacios públicos las vías de tránsito o circulaciones abiertas para los públicos internos y externos de las organizaciones. Comprenden lugares y locaciones donde se generan saludos, homenajes, conversaciones, discursos y eventos. Se prestan servicios, acceso, uso e intercambio público de temas diversos de celebraciones, reconocimientos, cooperación y negociación, en un sitio cerrado o abierto donde las personas se conocen e intercambian ideas, opiniones y culturas compartiendo intereses y motivaciones.

Los espacios públicos se pueden clasificar por el uso colectivo, atendiendo a sus funciones en salas, anfiteatros, plazas, parques, paseo, alamedas, calles, terrazas, sitios tanto físicos como digitales; por el sistema de administración y circulación de públicos; por su conformación en abiertos o cerrados; por sus servicios de valor histórico, cultural, patrimonial, arquitectónico; por sus destinos, en funcionales o polifuncionales. Los mismos ocupan un lugar notorio en las crónicas de las organizaciones, ciudades, comunidades y territorios, en el desarrollo, exposición de la cultura y sus niveles de impacto social.

El Palacio de Gobierno Provincial se caracteriza por una diversidad de espacios públicos donde se fomenta la revalorización de los objetos patri-

moniales y bienes culturales desde la época de su fundación, de ahí que el inmueble conserva la tendencia en relación con la museografía como actividad para la apropiación del conocimiento.

Desde la comunicación social se aprecia como la museografía dialoga con los públicos internos y externos a través de exposiciones de obras factibles para una campaña de publicidad, donde la imagen del inmueble representa una fuerte atracción para anunciar en medios de comunicación social, escrita, radial, televisiva, incluidos los espacios públicos digitales, teniendo como ejemplo la imagen del vestíbulo del inmueble del Palacio de Gobierno.

3.2 Los espacios públicos de protocolo y ceremonial del Palacio Provincial de Gobierno de Santiago de Cuba

Los espacios públicos del Palacio Provincial de Santiago de Cuba son los lugares donde se desarrollan los actos sociales o eventos, los cuales se elegirán atendiendo al tipo de acto y el número de invitados que van a asistir. Los mismos se organizan atendiendo al orden de la presidencia, el lugar donde se ubicará el invitado de honor, los públicos invitados y la zona de recepción o entrada. Otros elementos que deben tener en cuenta son los recursos de ambientación de los diferentes espacios, el vestíbulo y su decoración, la iluminación, el sonido y la temperatura, que repercuten en el bienestar de los asistentes y en los deseos de volver. Los espacios públicos del inmueble del Gobierno Provincial se pueden apreciar desde la imagen 12 hasta la 26 de este capítulo. De los 13 salones existentes, sólo el salón de Los Espejos presentaba nombre, lo que generó crear los nombres que aparecen en este texto para identificarlos.

Salón del Gobernador

Salón del Gobernador, un espacio oficial y protocolar, donde se realizan las reuniones del Consejo Provincial, con capacidad para 50 personas de tapizado oscuro, climatizado, incluye equipo de proyección, mobiliario clásico (mesa oval y sillas), de potentes luminarias y en su ambientación cuadros de naturaleza histórica de la ciudad de Santiago de Cuba.



Imagen 12. Salón del Gobernador.

Fuente: Archivo de la Sede de Gobierno Provincial de Santiago de Cuba, 2024.

Salón Azul

Espacio ubicado en el segundo nivel del edificio; destinado para uso oficial y protocolar, con capacidad para 78 personas, climatizado, incluye equipo de proyección, posee la combinación de objetos modernos y de valor patrimonial. Sillas de tapizado rojo y negro, mesa presidencial de madera preciosa y piso cubierto de alfombras rojas.



Imagen 13. Salón Azul.

Fuente: Archivo personal, 2024.

Salón Blanco

Espacio climatizado ubicado en el tercer nivel del inmueble con capacidad para 70 personas, posee servicio especializado para la proyección audiovisual, cuenta con ventanas de forma circular u ovalada, lugar donde se organizan videoconferencias con los Organismos de la Administración Central del Estado (OACE), las reuniones del Consejo de Dirección y del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba.



Imagen 14. Salón Blanco.

Fuente. Archivo personal, 2024.

Salón de Los Espejos

Salón clásico de recepciones, abierto con capacidad para 320 personas, climatizado, incluye equipo de proyección audiovisual, inmueble patrimonial destinado para actos protocolares de primer nivel, actividades del Gobierno Provincial de formalidad y etiqueta. Se caracteriza por su majestuosidad y elegante decoración.



Imagen 15. Salón de Los Espejos.

Fuente. Archivo personal, 2024.

Salón de Las Columnas

Es un salón clásico de uso polifuncional, con capacidad para 40 personas, con grandes posibilidades para encuentros breves, entrega de reconocimientos a un número reducido de personas, firma de convenios nacionales e internacionales; asequible para intercambios con otras organizaciones, comunidades, regiones y países. Se combinan enormes columnas con una colección de objetos del patrimonio cultural y arquitectónico que completan el conocimiento e información de una época histórica.



Imagen 16. Salón de Las Columnas.

Fuente. Archivo personal, 2024.

Salón de La Amistad

Es un espacio de protocolo que tiene capacidad para 30 personas; polifuncional, climatizado y se puede adaptar al formato de diferentes eventos. Posee un ambiente agradable para establecer conversaciones de cooperación con delegaciones nacionales e internacionales. Cuenta con una colección de objetos museísticos de valor patrimonial, conservando una elegante decoración a pesar del tiempo, como se aprecia en las imágenes 17, 18 y 19.



Imagen 17. Salón de La Amistad.

Fuente. Archivo personal, 2024.



Imagen 18. Lateral del salón de La Amistad.

Fuente. Archivo personal, 2024.



Imagen 19. Espacio museográfico del salón de La Amistad.

Fuente. Archivo personal, 2024.

Salón de Los Símbolos Patrios

Salón de intercambio, de ambiente profesional, donde se exponen los símbolos nacionales. Conserva en la carpintería decorativa El Escudo Nacional, diseñado en madera preciosa. Un espacio que propicia el acercamiento con grupos de interés especializado. Permite el diálogo con personalidades e invitados nacionales y extranjeros, así como la realización de entrevistas o grabaciones por los medios de comunicación social. Tiene capacidad para 6 personas y cuenta con servicios tecnológicos y de climatización.



Imagen 20. Salón de Los Símbolos Patrios.

Fuente: Archivo personal, 2024.

Salón El Paso

Es un espacio de acceso a la información, facilita la comunicación interna del Gobernador con el Consejo Provincial y los Coordinadores de Programa y Objetivos Estratégicos, de forma dinámica y asertiva. Es un salón climatizado mediador entre espacios públicos internos y externos del inmueble.



Imagen 21. Salón El Paso.

Fuente: Archivo del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba, 2024.

Salón de Encuentros

Un espacio de información y comunicación social que facilita las relaciones públicas y el trabajo de la prensa en un ambiente profesional de amistad, negocios y desarrollo de acciones estratégicas de cooperación nacional e internacional. Salón climatizado con capacidad para 8 personas.



Imagen 22. Salón de Encuentros.

Fuente: Archivo del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba, 2024.

Salón de Los Matutinos

Espacio polifuncional, de gran afluencia de públicos internos del gobierno. Es considerado un patio interno del inmueble, donde se desarrollan cada semana los matutinos. En este lugar se han realizado diversos actos, presentaciones de obras políticas, artísticas, literarias y científicas. Con capacidad para 60 personas. De amplia decoración ambiental e iluminación natural.



Imagen 23. Salón de Los Matutinos.

Fuente: Archivo del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba, 2024.

Salón El Patio

Es un salón abierto de proyecciones destinadas a diversos públicos con intereses comunes, de preferencia las actividades de motivación del público interno, atractivo y expresivo. Cuenta con capacidad para 50 personas. Posee un ambiente pintoresco que origina el constante intercambio con las personas. Tiene carácter multifuncional.



Imagen 24. Salón El Patio

Fuente: Archivo del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba, 2024.

Salón Martiano

Es un espacio abierto, se encuentra ubicado en el segundo nivel del inmueble del Palacio de Gobierno de Santiago de Cuba. Constituye un sitio ceremonial, de carácter solemne, donde se mantiene la memoria eterna al maestro; entre los hechos de mayor relevancia están las honras fúnebres ofrecidas por el pueblo santiaguero al Héroe Nacional José Martí, los días 29 y 30 de junio de 1951, para su traslado definitivo al Mausoleo construido en el Cementerio Santa Ifigenia.



Imagen 25. Busto de José Martí.

Fuente: Archivo personal, 2024.

Mirador. Las Luces

Es un espacio abierto que invita a meditar y observar la ciudad de Santiago de Cuba, su belleza natural, y disfrutar de un amplio paisaje socio-cultural.



Imagen 26. Mirador Las Luces.

Fuente: Archivo personal, 2024.



Panorama del interior del inmueble

Capítulo IV Protocolo y Ceremonial en el Gobierno Provincial de Santiago de Cuba

4.1 El protocolo y ceremonial

El protocolo es el conjunto de normas de cortesía y disposiciones legales vigentes que, junto a los usos, costumbres y tradiciones de los pueblos, organizaciones, rige la celebración de los actos oficiales y de carácter privado. Está formado por políticas y reglas convencionales de aceptación universal, donde el principio básico es la educación, esencia que regula todas las relaciones sociales que se establecen por los hombres y mujeres en el proceso de comunicación, creación, innovación y desarrollo cultural.

El origen de la palabra protocolo viene del latín *protocollum*. Protocolo es un acto de comunicación social que expresa las prácticas culturales de las relaciones humanas, el lugar que ocupan en la sociedad en razón a su naturaleza, dignidad, responsabilidad, profesión y cargo. Está formado por modelos de comportamientos sociales, formas ceremoniales y procedimientos que rigen la diplomacia entre personas y países.

El protocolo contribuye a ordenar la relación social cuando se aplican normas organizacionales reguladas por leyes, decretos, y otras disposiciones o las pautas para determinados actos establecidos de forma oficial. Los mismos tienen una proyección externa que ejerce influencia pública en las organizaciones, comunidades y medios de comunicación social.

Las actividades protocolares facilitan la pluralidad de las relaciones humanas que se desarrollan regidas por la tríada de valores deseados; la

integración, el colectivismo y la coherencia; además de la articulación del conocimiento, la información y la comunicación social como premisa para sostener la imagen de las organizaciones. De esta manera, el protocolo, el ceremonial y los eventos se convierten en una herramienta de gestión estratégica.

Vale decir, que el protocolo y el ceremonial pueden ser organizado por el Estado, organizaciones políticas, juveniles y estudiantiles, organizaciones sociales, empresas, instituciones sociales presupuestadas, organizaciones comunitarias y asociaciones de profesionales. Desarrolla dos formas de organización, el protocolo y ceremonial oficial que se rige por los documentos jurídicos y el privado que se establece siguiendo la cultura y las reglas para cada actividad protocolar de la sociedad. Están autorizados para organizar el protocolo y ceremonial las personas jurídicas y naturales que ejercen el poder público en correspondencia con sus responsabilidades sociales. La personalidad jurídica que ejerce su autoridad pública a través de un cargo por designación o por elección. La personalidad natural que ejerce su acción en función de sus méritos sociales, valores reconocidos por sus premios, distinciones y resultados avalados por una institución o entidad facultada. La personalidad natural con competencias profesionales para este ejercicio público. El protocolo establece obligatoriedad.

Atendiendo a los objetivos el protocolo se clasifica en:

- Protocolo de Estado.
- Protocolo de presentación de cartas credenciales.
- Protocolo oficial de recibimiento o despedida a una personalidad.
- Protocolo de legislativa.
- Protocolo militar.
- Protocolo de honores militares.
- Protocolo académico.
- Protocolo empresarial.
- Protocolo de imposición de medalla.
- Protocolo social.
- Protocolo de eventos.
- Protocolo religioso.
- Protocolo universitario.

- Protocolo deportivo.

Mientras la palabra *ceremonia* proviene del latín, significa carácter sagrado, práctica religiosa, ceremonias, actos rituales. Su significado fue ampliado a toda la sociedad, considerándose el conjunto de formalidades para cualquier acto público. El ceremonial se reconoce como la disciplina técnica cuyo objetivo es la adecuada y armónica disposición de los elementos en un espacio, donde las personas participan en diversos actos públicos que son organizados con intereses comunes.

El ceremonial integra las fórmulas impuestas por la experiencia, reglamentan las relaciones entre los diversos públicos, reconoce las jerarquías, las respeta y establece un orden que facilita las relaciones sociales con el objetivo de mantener el equilibrio, evitar que se desvirtúe las posiciones de cada miembro en un colectivo, resolver divergencias que puedan ocasionarse en una actividad. Se centra en la organización de todos los aspectos y formas de un acto o evento, donde se establece las pautas de comportamiento social acorde a la identidad, tradiciones y costumbres de cada nación o localidad.

Las ceremonias establecen formalidad y se clasifican en:

- Ceremonias de entrega de grados académicos o científicos, pueden ser universitaria o de otros niveles de enseñanza.
- Ceremonias de asunción de autoridades; acto en el que toman posesión de sus cargos las autoridades correspondientes.
- Ceremonias de entrega de reconocimientos honoríficos por los méritos obtenidos en las acciones realizadas del servicio público y que trasciende a la sociedad, familia, organizaciones, comunidades, puede ser imposición de medalla, entrega de una placa, distinción o sello.
- Ceremonias de aniversario institucional, tiene la función de recordar la fecha de fundación de la organización.
- Ceremonia de presentación de cartas credenciales.
- Ceremonia oficial de recibimiento o despedida a una personalidad.
- Ceremonia social de entrega de reconocimientos en programas y proyectos de desarrollo comunitario, actividades sociales.
- Ceremonia de eventos.
- Ceremonia de honores militares.

- Ceremonia funeral.
- Ceremonia eclesiástica, religiosa.
- Ceremonia de legislativa.

4.2. La planimetría

La planimetría puede entenderse desde la comunicación social como la representación gráfica de un espacio físico o digital donde se desarrolla una actividad, acto o evento. Es la perspectiva física visual de los objetos, figuras y elementos del encuadre del espacio, donde se marcan en un lugar determinado, abarcando un cuadrado. El plano que se presenta en la figura 1, es un patrón para diseñar los espacios atendiendo a las funciones que las personas ocupan.

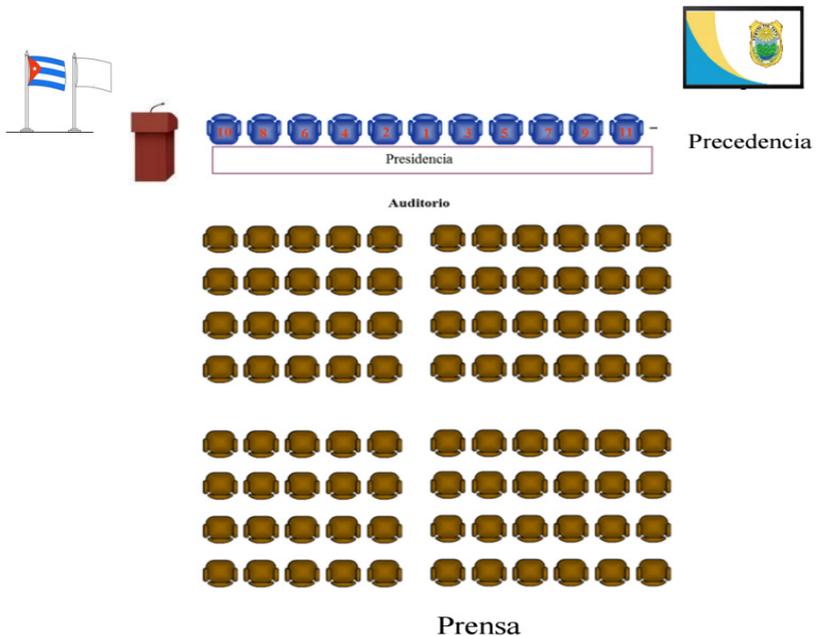


Figura 1. Plano de ubicación de una actividad.

Fuente. Elaboración propia, 2024.



Imagen 27. Desarrollo de una actividad basada en la planimetría.

Fuente. Archivo del Gobierno Provincial, 2024.

La imagen 27, ofrece la posición que ocupan en este acto todos los públicos asistentes, teniendo en cuenta sus responsabilidades sociales y funciones en el evento. Entre ellos el papel de la prensa con la cobertura informativa, el maestro de ceremonia, orador que lleva el guion de la actividad, el lugar que ocupan las banderas, la decoración ambiental, entre otros elementos distintivos de este espacio de comunicación social.

4.3 La proxémica

La proxémica hace referencia a la rama de la semiótica que estudia la organización del espacio en la comunicación lingüística no verbal, es decir, las formas en las que las personas estructuran y utilizan el espacio, según confirma el Centro Virtual Cervantes.

Se conoce como proxémica la parte de la semiótica (ciencia que estudia el sistema de signos empleado en la comunicación) dedicada al estudio de la organización del espacio en la comunicación lingüística; más concretamente, la proxémica estudia las relaciones -de proximidad, de alejamiento, etc.- entre las personas y los objetos durante la interacción, las posturas adoptadas y la existencia o ausencia de contacto físico. Asimismo, pretende estudiar el significado que se desprende de dichos comportamientos. (Cervantes, 2024).

En el contexto de la actividad protocolar y los eventos se refiere al estudio de cómo el espacio y la distancia influyen en la comunicación social. Puede inhibir o fomentar la comunicación interpersonal. Esto permite crear un marco de interacción conforme con las dimensiones espacio-temporales que expresan diversos significados, los cuales responden a un complejo sistema de restricciones sociales relacionado con la procedencia social y cultural de las personas, edad, jerarquía, responsabilidad social, sexo, parentesco y amistad.

La comunicación es una actividad sociocultural de gran complejidad en la que interviene, inevitablemente, signos de distintos sistemas, verbales y no verbales, que se coestructuran y combinan (al menos, signos lingüísticos, paralingüísticos y quinésicos) (Cestero, 2018, p. 143).

La importancia de la proxémica en el proceso de comunicación social consiste en establecer el tono con los demás sobre la cercanía que alguien percibe en la relación. Esta señal no verbal puede marcar la pauta del tipo de comunicación verbal que tendrán las personas. En la comunicación no verbal implica las señales que se transmiten a los demás utilizando el espacio personal y social. Estas señales están en función de la cercanía que se perciben las relaciones o en función del entorno socioambiental. Lo que puede determinar que las señales se realicen de forma consciente o subconsciente.

- La proxémica comunica los niveles de intimidad con quienes están cerca, lejos o al alrededor de la persona.
- Una persona puede señalar a otra que no se siente muy segura a su alrededor situándose más lejos.
- Si las personas se acercan a otras, indican la necesidad de promover las relaciones sociales, personales con intereses afectivos, profesionales, laborales o sociales.
- Las distancias que las personas ponen entre ellas y los demás pueden variar mucho según la cultura.

Para Cárdenas, (2002, p.291), la teoría de la proxemia surgió basada en la necesidad espacial que tiene el hombre; un área que la persona teniendo como referencia ella misma, considera como propia y que ha sido dividida en cuatro zonas: íntima, personal, social y pública. De esta manera sugiere la distancia que debe existir entre una persona y otra en una actividad protocolar, la cual debe tener en cuenta al organizar la presidencia de un evento y al relacionarse con los demás invitados.

En las actividades de protocolo y ceremonial, la proxemia logra una nueva forma de relacionamiento donde las distancias entre las personas forman parte de las reglas a seguir.

- La Zona íntima, es aquella que abarca entre 15 a 45 cm. Por su proximidad la consideran de su exclusiva propiedad.
- La Zona personal, se establece como norma estándar de 46 cm a 1,20 m. Es la distancia que separa una persona de otra en una reunión social.
- La Zona social, se desarrolla entre 1 a 3 m. Conformando la separación entre personas que no se conocen.
- La Zona pública, es entendida por más metros. Es una distancia que se debe tener en cuenta para los discursos en actos públicos.

Guardar siempre la distancia es educación, respecto, conserva amistades y hace que las personas se sientan mejor con su compañía, aunque estas reglas fluctúan acorde a las culturas de las personas y los momentos que se comparten.

4.4 Los públicos

Los públicos son agrupamiento de personas con intereses comunes o afines, que tienen como propósito el intercambio de saberes, culturas, encuentro de negocios y el aprendizaje social en diversas materias. Se identifican por las funciones, generadores de ideas y proyectos, organizadores, estrategas, desarrolladores, ejecutores, participantes y evaluadores. Los públicos principales en las actividades protocolares se clasifican en Anfitrión (A), Invitado de Honor (IH), Invitados (I), como se muestra en la imagen 28.



Imagen 28. Plano de la presidencia de un acto.

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Tipos de públicos

Los públicos en las organizaciones y las entidades se clasifican en internos y externos. En las actividades protocolares por lo general los públicos internos organizan las actividades y los públicos externos están formados por invitados como presentadores, oradores o miembros de la presidencia de los actos o eventos que se desarrollan. Así, los públicos se forman en relación al objetivo del intercambio, personalidad, grupo o delegaciones que se generan tanto locales, nacionales como internacionales. Los mismos pueden ser oficiales, no oficiales, temporales, permanentes, invitados especiales.

En todos los casos siempre está coordinada la visita por representantes del gobierno, personas de competencias profesionales y con facultades para ello. Cada visita es encabezada por una persona de autoridad y de equivalencia si es posible con el rango de la misma. Por ningún concepto debe mezclarse los espacios oficiales de la visita con personas que no han sido aprobadas para compartir. Para ello se elabora con antelación el programa de atención a la visita y se da a conocer la conformidad por ambas partes, además del plan de aseguramiento y logística de este encuentro.

4.5 La presidencia

La presidencia está formada por los invitados de honor, públicos directivos y otros invitados al acto, los cuales prestigian la actividad. La misma se organiza en los espacios públicos físicos y digitales, donde se prestablece un orden consecutivo al puesto, como se establece en la imagen 29, siempre atendiendo la jerarquía política, gubernamental o social y las funciones que tendrá a su cargo en ese lugar. Cada país y región establece su presidencia acorde a su identidad y cultura. Se prevé un orden de posiciones estableciendo la preferencia de derecha a izquierda de la presidencia.



Imagen 29. Orden de precedencia de derecha a izquierda.

Fuente. Elaboración propia, 2024.

Criterios para formar la presidencia de un acto

- Rango que posee la persona dentro de su esfera de responsabilidad social o laboral y la experiencia acumulada en esa área del conocimiento.
- Grado de representación social regido por las leyes, documentos jurídicos del Estado y la sociedad.
- Orden alfabético, suele practicarse en actividades internacionales o en actividades nacionales con participación internacional, siguiendo el nombre oficial de los países.
- Se identifican actos menos protocolares que forman la presidencia por el nombre de las personas que asisten o por el apellido.
- Deferencia, cuando se altera o adapta la presidencia por condiciones inherentes a uno de sus invitados, contextos, tiempo, salud o solicitud realizada a los organizadores de la actividad.

4.6 La precedencia

La precedencia es el lugar que corresponde a una persona o autoridad en todo acto o solemnidad donde concurra con otras, tal como se expresa en la figura 2, para la precedencia de una presidencia. Es la parte del protocolo que establece el orden de preferencia, o sea, la antelación con que una persona asistente a un acto, debe ser atendida con respecto a otras personas asistentes, la cual está establecida por normas de cumplimiento obligatorias. Es una parte sensible de las normas protocolarias: su desconocimiento, incumplimiento o aplicación incorrecta no solamente puede originar conflictos sino, lo peor, lesionar la imagen y el prestigio de cualquier organización.

La precedencia está fijada por organizaciones jerarquizadas, gubernamentales, autoridades públicas, diplomáticas, eclesiásticas, militares, universitarias y está estrictamente regulada por normas o leyes de la sociedad.

La precedencia se aplica en la presentación de una persona a otra, la exposición de una presidencia, la ubicación en un lugar, el uso de la palabra, la atención a cualquier servicio público en correspondencia con las reglas, normas de educación y de cultura.

Para organizar la precedencia en un acto público o privado se recomienda, utilizar la técnica de la planimetría, como un instrumento para organizar el espacio público asignado a una persona y evitar equivocaciones.

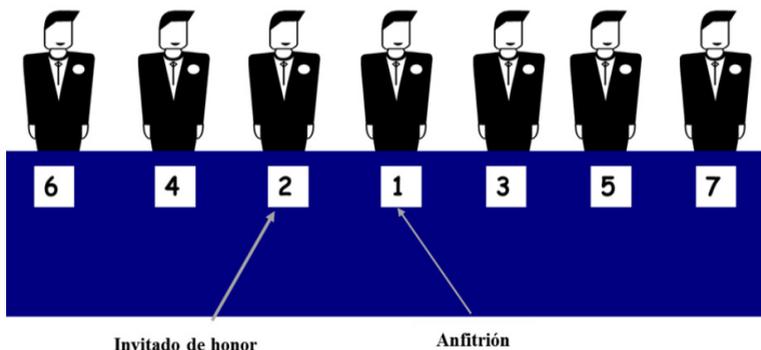


Figura 2. Precedencia en una mesa de presidencia clásica impar.

Fuente. Elaboración propia, 2024.

La precedencia vertical indica que la persona de mayor jerarquía va delante y en orden decreciente hacia atrás, siempre estableciendo un orden antes de determinar la posición oficial que ocuparán en la actividad.

Cuando la precedencia es horizontal las personas se ubican en fila lateral, si son dos, el lugar de honor será a la derecha de la presidencia, como aparece en la imagen 30. Si son tres o cualquier número impar, el lugar del anfitrión será el del centro; el segundo el de la derecha, el tercero el de la izquierda, el cuarto a la derecha del segundo, el quinto a la derecha del tercero, y así sucesivamente. Si son cuatro u otro número par, se ubicará el invitado a la derecha del anfitrión. El resto se colocará a la izquierda, de acuerdo con el orden de precedencia.



Imagen 30. Investidura del Gobernador y Vicegobernador de Santiago de Cuba.

Fuente. Archivo del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba, 2024.

4.6.1. Reglas de precedencias

Existen varias reglas de precedencias que se expresan a continuación:

- **Regla de Precedencia:** es aquella por la cual se reconoce y asigna a una jerarquía la primacía sobre otra. Es sin duda, la más antigua de las Normas que rigen el Ceremonial. Podemos decir entonces, que se trata de la preeminencia o preferencia en el lugar y asiento, y en los actos honoríficos, determinando el orden o jerarquía de una persona y/o Estado sobre otra.
- **Regla del Centro Métrico o Punto Cero:** supone que el anfitrión, o quien ocupe su lugar, debe ser ubicado siempre en el centro métrico del lugar (muro, palco, mesa, estrado), que presida cualquier tipo de ceremonia pública o privada. Se establece nombrándolo como “0” ya que a partir de él se comenzará a aplicar la precedencia. La regla reconoce una sola excepción: cuando el acto es presidido por el Presidente de la Nación, el anfitrión debe ceder a éste el punto métrico, por lo que pasa a considerarse como dueño de casa.
- **Regla de la Derecha:** en base al orden de precedencia se establece que el lugar de honor es el de la derecha del anfitrión, es decir, el centro métrico de un lugar. La ubicación del homenajeado, es a la derecha del anfitrión y excepcionalmente el lugar de éste es cedido al invitado de honor. Será necesario aclarar que se considera derecha ceremonial, a la derecha del punto métrico, es decir, a la izquierda para quien se encuentra de frente presenciando la ceremonia.
- **Regla de la Izquierda o Proximidad:** Dispone que la persona que ocupe el tercer lugar de importancia, esto es, después del anfitrión y del invitado de honor, se ubique a la izquierda del centro métrico.
- **Regla de Orden Lateral:** cuando varias personas, en número par, están sentadas, paradas o caminando en la misma línea, el lugar de preferencia es el de la extrema derecha. En el caso que el número de integrantes de la fila fuera impar, el lugar privilegiado será el central; es decir se aplicará la regla del centro métrico.
- **Regla de Orden Lineal:** se da cuando las personas caminan una detrás de la otra, la de mayor jerarquía encabezará la línea, seguida por las otras, que lo harán en el orden de precedencia que les corresponda.
- **Regla de Orden Alfabético:** se aplica como método de precedencia cuando se encuentren presentes un grupo de personas de igual rango o posición.

4.6.2 La precedencia en la firma de convenios

Los convenios son acuerdos que se celebran entre organizaciones, organismos, entidades o naciones para un beneficio común y colectivo. Los documentos deben ser elaborados previamente a la firma de las organizaciones que lo suscriban, mediante un dictamen legal. Debe quedar con un original en su poder que se archiva en las dependencias pertinentes. Si los convenios están redactados en idioma extranjero, deben ser traducidos, de modo que se firmen las copias respectivas en español y en el idioma correspondiente.

El original debe constar de dos copias. Una vez cumplidas las formalidades legales, se establecen el día, lugar y hora de la firma, la cual puede llevarse a cabo en un lugar público o privado (despacho de una de las partes firmantes).

La firma de todo convenio debe ser realizada de manera simultánea por las máximas autoridades de las partes intervinientes. Para la suscripción de los convenios, deberá haber dos asistentes encargados de hacer el cruce de carpetas en el momento de la firma y de entregar a cada parte el convenio completamente firmado una vez finalizado el acto. Para ello, se establece el orden siguiente en el acto público:

- Recepción de autoridades e invitados.
- Reseña del motivo de la ceremonia por parte del locutor y presentación de autoridades.
- Palabras de la(s) otra(s) institución(es) firmante(s).
- Palabras del orador (a) de la organización.
- Lectura de las principales disposiciones del Convenio.
- Firma de los documentos.
- Palabras de los representantes de ambos acuerdos firmados.
- Agradecimiento a los firmantes e invitados por parte del locutor.
- Cierre del acto.

Para las firmas de convenios con varias organizaciones o entidades a la vez, se realiza en el orden siguiente en el acto público:

- Himno Nacional de Cuba.
- Presentación de la Presidencia.

- Palabras del orador(a) principal de la organización. Al finalizar se invita al propio orador(a) a que ocupe una mesa ubicada frente al auditorio, en la cual se efectuará la firma de los convenios.
- Firma de convenios. Se mencionan por su orden a las organizaciones, empresas y entidades, que a medida que son nombradas su titular ocupa el puesto junto al orador(a) en la mesa ubicada frente al auditorio, se firma ambas copias y al terminar, se intercambian los convenios, momento en que se realiza la foto oficial.
- Se puede ubicar un número cultural en dependencia de la cantidad de instituciones, o como enlace para las conclusiones.
- Palabras finales del acto a cargo de una de las organizaciones firmantes o de la máxima autoridad del gobierno presente.

Pautas para la firma de convenios

Para la firma de un convenio, protocolo o cualquier otro tratado se debe preparar un salón, una mesa pequeña con dos sillas en la cual se sitúa un juego de pluma, y los documentos que se van a firmar. En el salón debe estar expuesta las banderas de ambos países, colocándola detrás de la mesa y a la derecha de ella, la bandera cubana.

En caso que se utilicen astas pequeñas o de mesas, las banderas se sitúan en la mesa, al frente del representante del país que simboliza. Cuando asistan otros invitados se situarán delante de la mesa en el auditorio frente a los firmantes.

La prensa se situará a la izquierda de la mesa de firma. El personal que acompaña a los firmantes, se situarán detrás de cada firmante partiendo de este hacia afuera, aplicando la regla de precedencia de la figura 3.

En la firma de convenio simple se establece un único ejemplar sin intercambio de carpetas y en la firma de convenio, múltiple, se establecen tantos ejemplares como firmantes con intercambio de carpetas. En ambos casos este es un acto presidido por la autoridad de mayor rango, la cual debe estar presente, además, la máxima autoridad de la contraparte, nunca un sustituto.

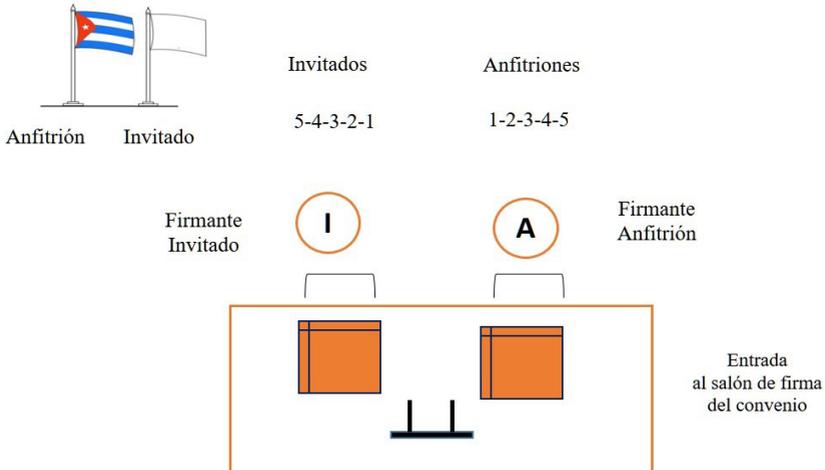


Figura 3. Precedencia en la firma de convenios.

Fuente. Elaboración propia, 2024.

A la firma de un convenio le antecede conversaciones de ambas delegaciones para intercambiar la agenda de temas de ambas partes, propuestas de intenciones y acuerdos políticos, económicos y sociales. En estos casos se prepara un salón con mesas y sillas donde ambas delegaciones estén de frente, facilitando la comunicación directa. Las banderas de ambas partes se sitúan en la mesa frente a cada autoridad. La regla de precedencia establece que la personalidad de mayor rango se sitúa en ambas partes en el centro de la mesa. La precedencia de los acompañantes a la mesa será de forma alternada a ambos lados de la persona de mayor autoridad de derecha a izquierda. (Figura 4).

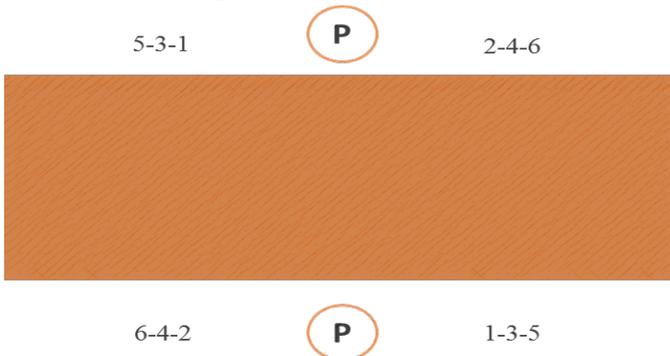


Figura 4. Precedencia en conversaciones oficiales entre dos delegaciones.

Fuente. Elaboración propia, 2024.



Símbolo Nacional. La Bandera de la Estrella Solitaria

Capítulo V

Los símbolos nacionales, organizacionales e internacionales

5.1 La Bandera de la Estrella Solitaria

Los símbolos nacionales poseen una significación histórica y cultural por lo que su uso está regulado por la Ley de los Símbolos Nacionales de la República de Cuba, aprobada por el Parlamento cubano (Ley-128-2019).

La Bandera de la Estrella Solitaria es un símbolo de la nación y constituye la Bandera Nacional. Fue adoptada en la Asamblea de Guáimaro el 11 de abril de 1869. Está formada por los elementos: la estrella solitaria de cinco puntas que representa la república libre, independiente y soberana, así como la unidad de los cubanos; el triángulo equilátero que representa los ideales históricos de libertad, igualdad y fraternidad, el color rojo ubicado dentro del mismo, alude a la sangre derramada en la lucha; las franjas blancas que indican la pureza de los ideales y la virtud de los cubanos; y las franjas azules que revelan las elevadas y gloriosas aspiraciones de nuestros patriotas y representan la división administrativa de Cuba en el momento en que se diseñó la Bandera Nacional, durante la época colonial. Los detalles que se aprecian en la bandera son fuertemente arraigados:

- a) La forma rectangular.
- b) Compuesta por cinco franjas horizontales de un mismo ancho.
- c) Cuenta con tres franjas de color azul turquí.
- d) Posee dos franjas blancas, dispuestas de forma alterna.

- e) En uno de sus extremos tiene un triángulo equilátero de color rojo, uno de cuyos lados es vertical, ocupa toda la altura de la bandera, y constituye su borde fijo.
- f) El triángulo lleva en su centro una estrella blanca de cinco puntas, inscrita en una circunferencia imaginaria, cuyo diámetro es igual a un tercio de la altura de la bandera, con una de sus puntas orientada hacia el borde libre superior de la bandera.

5.2 Precedencias de las banderas

La Bandera Nacional se usa siempre en un lugar visible, preeminente y de honor. Cuando la Bandera Nacional se use en eventos, actos, ceremonias o reuniones, se deben seguir las reglas siguientes:

- La Bandera Nacional se sitúa a la derecha de la presidencia y del podio.
- Se norma que al izar o desplegar la Bandera Nacional junto a una o más banderas que representan naciones, debe ondear en asta separada y de igual altura; se iza y arría a la misma vez que las restantes.
- Cuando junto a la Bandera Nacional se utilizan otras banderas, esta ocupa un lugar preeminente y de máximo honor, las restantes no pueden tener mayor tamaño.
- Si el número de banderas que ondeen juntas es par, de las dos posiciones que ocupan el centro, la Bandera Nacional será la primera a la derecha de la presidencia (Figura 5).
- Cuando el número de banderas que ondeen juntas sea impar, el lugar prominente de mayor honor de la Bandera Nacional es la posición central (Figura 6 y 7).
- En los desfiles y ceremonias, siempre que se lleve la Bandera Nacional acompañada de otras, sean de otras naciones o de distintas entidades, la cubana se sitúa delante y en el centro, y las restantes colocadas en hilera, detrás (Figura 8).
- Si la Bandera Nacional se coloca de forma horizontal en una ceremonia, el triángulo debe quedar a la izquierda del observador y la punta superior de la estrella dirigida hacia arriba.

- Si la Bandera Nacional se sitúa verticalmente, la base del triángulo aparece siempre hacia arriba, y por tanto la punta superior de la estrella hacia la derecha del observador.

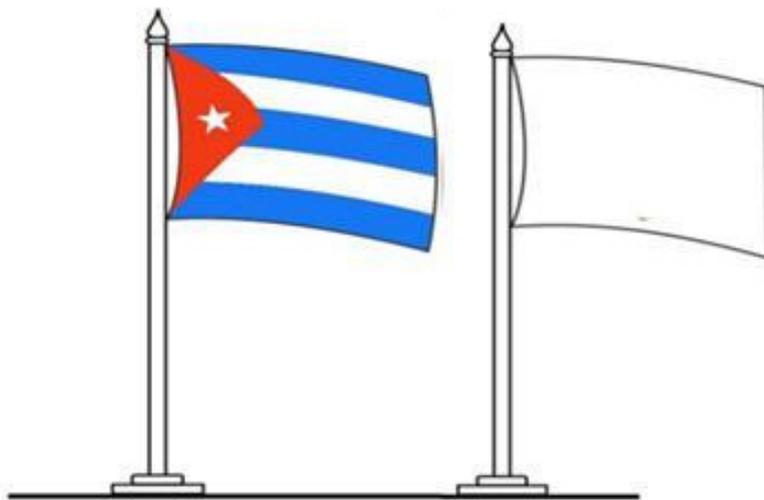


Figura 5. Precedencia de las banderas cuando son dos.

Fuente. Elaboración propia, 2024.

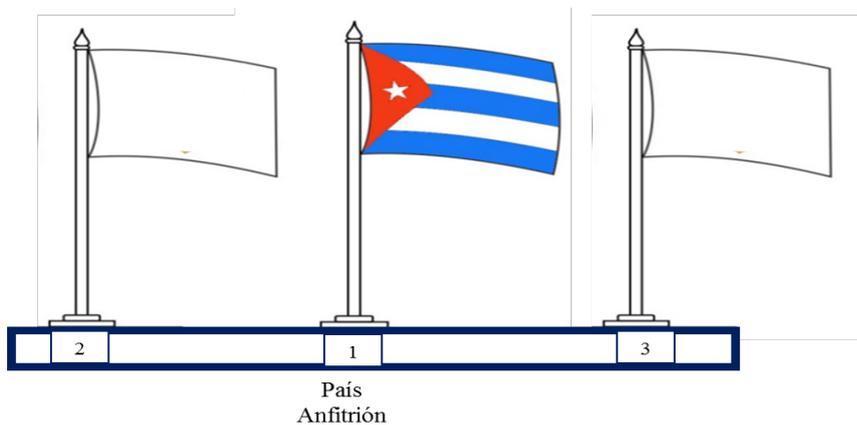


Figura 6. Precedencia de las banderas cuando son tres.

Fuente. Elaboración propia, 2024.

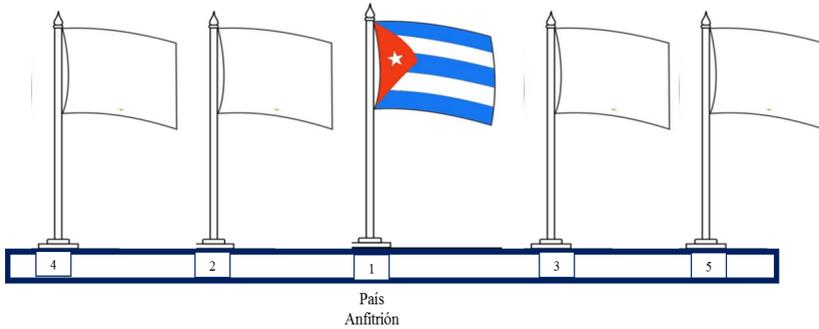


Figura 7. Precedencia de las banderas cuando son cinco o número impar.

Fuente. Elaboración propia, 2024.

Los símbolos nacionales de otras culturas se usan en correspondencia con la identidad y tradiciones de los países visitantes. Cuando se utilizan varias banderas de diferentes naciones, se colocarán de derecha e izquierda, por orden alfabético en español. (Figura 8).

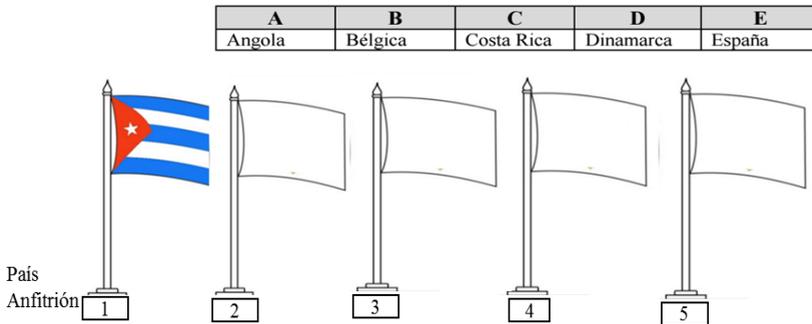


Figura 8. Precedencia de las banderas de diferentes países.

Fuente. Elaboración propia, 2024.

Los símbolos de identidad de las organizaciones se utilizan en coherencia con los manuales de comunicación social y los documentos rectores de estas entidades. En el caso de la República de Cuba, la Bandera Nacional siempre se situará a la derecha del orador principal y si se añade la bandera de la organización correspondiente siempre será a la izquierda de esta. (Figura 9).



Figura 9. Precedencia de la bandera nacional y de la organización.

Fuente. Manual de Identidad Visual del Gobierno Provincial, 2024.

Como regla general, todas las banderas deben tener el mismo tamaño, textura y soporte, estar izada a la misma altura. Es importante que todas descansen en la misma estructura y dimensión de ancho y largo. Si en el diseño del acto se colocan las banderas detrás de la presidencia, las mismas deben estar elevadas, aplicando las reglas de la proximia.

5.3 El Escudo de la palma real

El escudo de la palma real es el Escudo Nacional y constituye un símbolo de la nación. Su forma fue adoptada por los patriotas cubanos en 1869 al establecerse la República de Cuba en Armas. Tiene forma de adarga ojival formada por dos arcos de círculos iguales que se cortan volviendo la concavidad el uno al otro, dividido en: el cuerpo superior horizontal representa un mar con dos cabos, montañas o puntas terrestres a sus lados, lo cual simboliza la posición de Cuba entre las dos Américas y el surgimiento de una nueva nación; cierra el estrecho una llave dorada de vástago macizo, colocada en un fondo azul marino, con la palanca hacia abajo, que recuerda el lugar de Cuba: “la llave del Nuevo Mundo”, el nexos entre América y Europa, entre el norte y el sur de América.

El Escudo Nacional tiene sus usos en las fachadas principales de los edificios de los órganos y organismos del Estado, otras instituciones oficiales y los de sus representaciones; los edificios de las sedes diplomáticas, consulares y demás oficinas de la República de Cuba en el extranjero, además en

los museos, monumentos, obeliscos y sitios históricos: en la parte posterior de la presidencia o en lugar prominente, como aparece en la imagen 31; de igual forma, se norma su uso en la celebración de actos de justicia, actividades estatales y oficiales; en documentos o ediciones oficiales, impreso o estampado; monedas de curso legal, impreso o grabado; emisiones de sellos del correo nacional; los uniformes y vehículos de las instituciones armadas.



Imagen 31. Presidencia de un acto con la posición de honor del Escudo Nacional.

Fuente. Archivo de la Sede de Gobierno Provincial de Santiago de Cuba, 2024.

5.4. El Himno Nacional de Cuba

El Himno Nacional, símbolo de la nación, es un himno de combate, sus notas son expresión del carácter patriótico de nuestro pueblo.

La letra del Himno Nacional

*Al combate corred, bayameses,
que la patria os contempla orgullosa.
No temáis una muerte gloriosa,
que morir por la patria es vivir.
En cadenas vivir es vivir
en afrenta y oprobio sumido.
Del clarín escuchad el sonido.
¡A las armas, valientes, corred!*

Letra y melodía, escritas por Pedro Figueredo Cisneros orquestada por Manuel Muñoz Cedeño y lleva por nombre La Bayamesa, cantada por el pueblo de Bayamo en representación de todos los cubanos el 20 de octubre de 1868, al ser tomada esa ciudad por nuestros patriotas.

5.5 El Himno de Santiago de Cuba

*Por lo heroica, gentil y fraterna,
Como el Genio que urdió su ideal,
La ciudad de Santiago es eterna
Concreción del pasado inmortal
Comprendiendo su fiero destino
Puso en alto su ingente valor,
Y en la cruz de su propio camino
Hizo astillas el yugo opresor.
En su suelo, que es vivo trofeo
De enseñanza y ejemplo mambí,
Floreció la visión de Maceo
Y el sueño triunfal de Martí.
Y por eso a la sombra gloriosa
De una ceiba en su suelo feraz,
Firmó Cuba la página hermosa
Que nos habla del triunfo y la Paz.*

Letra: Arturo Clavijo Tisseur, poeta

Música: Enrique Bueno Formell. Director de la Banda de Música de la Policía. Aprobada el 19 de noviembre de 1928 por el Cabildo como Canto a la Ciudad el Himno de Santiago de Cuba.

5.6 Reglas para la interpretación de los himnos

- El Himno Nacional de Cuba se interpretará en todos los actos organizados que lo requieran por su carácter histórico, patriótico y de solemnidad.
- El Himno de otra nación sólo se interpreta si están presentes las delegaciones o personalidades aprobadas para esta ceremonia.
- El Himno de la Ciudad o localidad se interpretará previa coordinación del comité organizador del evento.
- El Himno Organizacional es para las entidades que por tradiciones lo poseen y siempre serán interpretados a continuación del Himno Nacional.

- En el momento de interpretación de los himnos se requiere retirar de la cabeza cualquier accesorio y mantener una postura derecha representando firmeza y respeto.

En la actualidad con el desarrollo de las TICs, el himno de otras naciones, organizaciones o ciudades puede ser publicado en soporte digital en las pantallas del acto o evento.

Para los públicos que no dominan el himno, de igual forma, se pueden adquirir mediante el escáner del código QR antes de ejecutarse el programa, esto facilita que todos puedan aprenderlo o guardarlo como recuerdo si así lo estiman.

5.7 La Marca País de la República de Cuba

La Marca País es reconocida en diferentes eventos y actos, expresión de la identidad y cultura de la nación. Forma parte de la identidad nacional, posee un conjunto integrado de valores, principios y formas que se configuran en una imagen visual. Se utiliza para dinamizar los actos de comunicación social, la promoción de la historia, la cultura y el patrimonio de la nación y contribuye al posicionamiento estratégico del país. La imagen 32, facilita una mejor lectura e interpretación del discurso simbólico de la marca, donde se representan de forma gráfica los atributos de distinción y diferencias con otras naciones, tiene la particularidad de un modelo de imagen visual único, se expresa, mediante una síntesis de la tradición histórica, posee una gran fuerza visual importante para fortalecer la identidad de la nación cubana.



Imagen 32. La Marca País.

Fuente. Manual de la Marca País. Oficina Nacional de Diseño Industrial. ONDI, 2013.

La Marca Cuba fue diseñada entre el 2001 y 2003, ante la necesidad de subscribir las comunicaciones del sector turístico con el objetivo de posicionar en el mercado nacional e internacional una imagen de impacto

económico y social, sentando las bases para que el Ministerio del Turismo (Mintur) fuera el organismo rector de esta idea.

Se conformó un equipo interdisciplinario integrado por especialistas de Publicitur S.A., Agencia de Comunicación del Mintur, y la Oficina Nacional de Diseño (ONDi) quienes, con la asesoría de cuatro importantes especialistas extranjeros de identidad visual: Zalma Haluf, Rubén Fontana, América Sánchez y Norberto Chaves, desarrollaron el proyecto de la marca. (REDCIENCIA, 2024).

Según expone Norberto Chaves en su libro *La marca país en América Latina*:

(...) la construcción de la marca es un capítulo importante para la gestión corporativa y de producto, y se ha extendido a ámbitos tradicionalmente ajenos a toda consideración mercadológica. Caso extremo de esa expansión es, precisamente, la denominada Marca País, tema contiguo al de la marca de destino turístico. (Chaves, 2011, p. 24).

La Marca País, es calificada como un signo histórico existente en los símbolos patrios, compuesta por un fragmento de la bandera cubana, el triángulo rojo de la estrella solitaria, situado en la misma posición que tiene en la Bandera Nacional; a su derecha en lugar de franjas azules y blancas se añade el nombre del país, CUBA, con letras azules. Tiene las funciones siguientes:

- Representar oficialmente a la República de Cuba en los escenarios nacionales e internacionales.
- Distinguir oficialmente los diversos actos de comunicación social.
- Presentar los productos y servicios cubanos en los eventos nacionales e internacionales, actividades de cooperación e intercambios económicos, culturales y sociales.
- Promover los valores autóctonos del país.
- Articular todas las actividades de los organismos, comunidades, medios de comunicación social y sus convergencias en el ciberespacio, en los espacios físicos y digitales.



Salón de La Amistad (Protocolo) vinculado al Salón de Los Espejos

La cortesía social

6.1 La cortesía social

La comunicación social es la capacidad del hombre para relacionarse en un contexto determinado, una aptitud y actitud que supone voluntad y transparencia para compartir conocimiento, información, contenidos y mensajes. Es el intercambio humano de ideas, señales, signos y símbolos; significados y sentidos, experiencias compartidas e interpretadas de la realidad; es ante todo un acto de informar, emitir, transmitir y ejercer el diálogo, poniendo en común algo en otro, haciéndolo partícipe de una conciencia colectiva de pensar y actuar coherente a su cultura. De ahí que la comunicación social es un proceso de intercambio sociocultural, sistémico y estratégico, mediante el cual una sociedad funciona y se desarrolla.

La cortesía tiene como base la educación, expresiones verbales y no verbales, palabras, gestos, formas que se utilizan y que son parte de la conducta y el buen trato, a su vez, reflejo de la cultura adquirida; es un arte para relacionarse en diversos escenarios y culturas.

La cortesía nos facilita las relaciones humanas, nos abre las puertas de la amistad, nos permite recibir y ofrecer más amabilidad, gentileza, por tanto, nos enriquece espiritualmente, por eso es importante educarnos y perfeccionarnos, cada día más en los modales corteses para lograr éxito en cualquier actividad social o profesional. (Osorio, 2008, p.12).

Las reglas de cortesía identifican y distinguen a las personas y las organizaciones, siendo fundamental para sostener relaciones sistemáticas positivas en las actividades que se organizan en ambientes de protocolo y eventos.

Normas de cortesía para los anfitriones

- Entre las reglas básicas se destaca el orden de las cosas: recibir y despedir a sus invitados en un local que reúna las condiciones para intercambiar ideas, sentimientos y proyecciones profesionales o personales, con un clima y mobiliario cómodo, creando un ambiente agradable para el diálogo y poder compartir algún alimento de beber o comer, mientras se estrechan las relaciones acordes a los objetivos e intereses comunes.
- Evitar temas desagradables como muertes, accidentes siempre que sea evitable. Los temas deben ser con apego a la ética, no susurrar detalles de personas ausentes.
- Es vital no fumar en los espacios donde se efectúa la visita.
- Que los encuentros no pasen de las dos horas y siempre que estas se organicen no ser en horarios de almuerzo o comida, aunque pueden organizarse con estas intenciones encuentros en espacios públicos para desayunos, almuerzos y comidas de negocios, asimismo para celebraciones de determinadas fechas de significación propia o colectiva.

Normas de cortesía para los invitados

- Llegar antes de la hora señalada para el inicio del acto o ceremonia.
- No presentarse acompañado de personas que no han sido invitadas.
- Ocupar el lugar indicado por el comité organizador de la actividad.
- Al finalizar la actividad evitar salir antes que la presidencia del acto.
- Ejercer el derecho de palabra cuando se le otorgue, debiéndose presentar antes de emitir cualquier idea.
- Evitar hacer conversaciones susurradas durante la realización del acto o ceremonia.
- Utilizar el vestuario adecuado para la hora, lugar y tipo de actividad.

6.2 El saludo

El saludo es un acto primario de relaciones humanas, denota un sentido de educación y respecto de una persona a otra, es una forma de cortesía sujeta a ciertas reglas, entre las cuales Cárdenas Acuña (2002), determina:

Quando se encuentran un hombre y una mujer es él, el primero que inicia el saludo, pero debe esperar que ella extien-

da la mano para estrecharla; si por alguna causa no lo hace, es correcto que responda al saludo con una sonrisa amistosa y una leve inclinación de la cabeza. El hombre se ha de poner siempre de pie para saludar; las mujeres sólo cuando se trate de una persona muy anciana o de un personaje que por su representatividad requiere ser honrado de forma especial. La forma correcta de saludar es extendiendo la mano derecha a nivel del codo durante un tiempo breve con ademán firme y sin exageraciones. Mientras se realiza el saludo con las manos debe hacer contacto visual con la persona correspondiente (Cárdenas, 2002, p. 283).

Las reglas básicas para el saludo son conocidas, pero no siempre se practican adecuadamente: buenos días, buenas tardes, buenas noches, hasta luego, hasta pronto, hasta mañana, con su permiso, muchas gracias, entre otras frases que responden a las normas de educación.

6.3 Las presentaciones y autopresentaciones

La presentación es un acto de comunicación social, donde se intercambian datos, conocimientos y saberes para mantener contacto con diversos fines, no sólo dar a conocer un nombre, es crear una nueva amistad, mediante una conversación amena, estableciéndose nexos efectivos y afectivos. Se puede expresar la profesión, la ciudad dónde vive, la responsabilidad laboral, u otra información que resulte común para ambos. Si la conversación lo permite se comparten preferencias culturales, gustos o costumbres. Siempre que se presente debe expresar la frase “encantado”, “es un placer”, “feliz por conocerlo”. Y recuerde siempre que una sonrisa es parte de la cortesía.

Cuando en el colectivo existe una persona que no se conoce debe presentarse el nombre y ocupación, luego se intercambian los saludos de rigor de la conversación. En este caso es deber del anfitrión presentar a las personas que no se conocen, señalando con la mano a cada una de ellas.

Existe una precedencia de las presentaciones, la cual se norma de la forma siguiente:

- La persona de menor jerarquía es presentada a la de mayor jerarquía.
- El hombre siempre es presentado a la mujer.
- Se presenta la persona más joven a la de mayor edad, si todas tienen la misma edad será por el orden que ocupan en la sociedad.

- El subordinado es presentado al Jefe.

La autopresentación es permitida tanto por hombres como por mujeres en los diversos actos y eventos, mencionado su nombre y el rango profesional que posee.

Tarjetas de presentación

Las tarjetas de presentación se presentan en soporte físico o digital tienen el objetivo de mostrar, agradecer, felicitar, propiciar los intercambios. El texto se escribe en el idioma oficial y en otros idiomas en dependencia de la nacionalidad del interlocutor. Existen tarjetas oficiales que aportan contactos organizacionales, tarjetas de uso personal y tarjetas impersonales como aparecen en la figura 10.

Tarjeta oficial



Tarjeta impersonal



Tarjeta personal

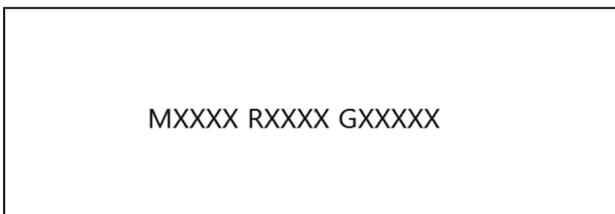


Figura 10. Modalidades de tarjetas de presentación.

Fuente. Elaboración propia, 2024.

Cuando las tarjetas son enviadas se añaden datos en su parte inferior izquierda donde se escribe con lápiz en letra minúscula, todo un conjunto de letras convencionales aceptadas internacionalmente y que indican motivos del mensaje enviado tal y como aparece en el Portal enciclopédico y divulgativo sobre protocolo oficial, social y empresarial, reglas de etiqueta, buenas maneras y habilidades sociales (Abreviaturas en tarjetas de invitación. protocolo <https://www.protocolo.org/social/correspondencia/tarjetas-de-visita-iniciales-a-utilizar-en-las-tarjetas-de-visita-su-significado.html>).

- Para confirmar presencia: r.s.v.p. al igual puede ser s.r.c.
- Para dar las gracias por un obsequio, atención recibida o felicitación: p.r.
- Para felicitar por cualquier motivo: p.f.
- Para presentar un funcionario: p.p.
- Para despedida definitiva del país: p.p.c.
- Para felicitar por año nuevo definitiva del país: p.f.n.a.
- Para felicitar por fiesta nacional despedida definitiva del país: p.f.f.n.
- Para entregar un mensaje en manos: e.s.m.
- Para expresar condolencias o pésame: p.c.

Las tarjetas deben medir 9 x 5 cm y se confeccionan en cartulina mate, se usan letras negras y pueden ser en relieve.

6.4 La conversación

La conversación es un arte, es fundamental ser un lector, con una cultura general que le permita establecer diálogos de diferentes temas, que resulten entretenidos y con un lenguaje sencillo, tono agradable, un timbre de voz moderado que le permita mantener el contacto con sus interlocutores a través de la información que posee. Evitar bajo cualquier situación palabras de ofensa o gestos que signifiquen mal trato o provocación de una discusión inútil. Se debe aprender a observar y escuchar de forma paciente. No hablar de forma seguida de sí mismo, sus éxitos y triunfos, la humildad siempre se agradece. Siempre que sea posible el tema de la conversación es iniciado por el invitado y este puede cambiarlo en correspondencia con sus motivaciones e inquietudes.

En las conversaciones no debe interrumpir a la persona que está hablando, es necesario ser paciente y saber escuchar. No hablar tanto de

uno mismo, de sus problemas personales o éxitos, pensar que los demás pueden tener problemas familiares o profesionales y han obtenido resultados en algún momento de su vida que son admirables. Cuando esté conversando no dar golpes en la mesa, constituye una descortesía, además el mensaje que puede transmitir es de inseguridad para controlar determinados asuntos. Las personas con inteligencia cognitiva y emocional deben compartir estos aprendizajes sociales para lograr un clima agradable en los encuentros, realizando movimientos con las manos y el cuerpo que le transfieran seguridad a la persona o colectivo invitado. Ser cuidadoso con señalar con el dedo a otra persona, mirar constantemente el reloj, bostezar y esquivar la mirada en público cuando otra persona está hablando son ejemplo de gestos que no ocasionan buena imagen.

6.5 El discurso

Existen dos clases de discursos, los pronunciados en actividades, actos o ceremonias que no sean comida y los pronunciados en las comidas. En ambos casos debe prevalecer el sentido común. Todo discurso debe tener un saludo al invitado de honor, a los invitados, unas consideraciones sobre el objeto, motivo u ocasión de la reunión.

En los discursos se recomienda utilizar un lenguaje sencillo e interesante, de forma que el mensaje llegue, mostrar naturalidad, sencillez, simpatía y amabilidad en las palabras. Considerar a sus interlocutores como amigos para que puedan percibir lo que se dice.

La eficiencia de hablar despacio es uno de los propósitos para que se logre interpretar el mensaje, favorece la fluidez de las ideas y se mantiene el auditorio motivado. Siempre que sea posible debe ser breve. Se puede promover un brindis por la salud y los éxitos a los invitados.

Los discursos improvisados requieren de un buen orador, de una persona con experiencia suficiente para emitir un mensaje asertivo. Es aconsejable los discursos escritos con un guion bien pensando principalmente si es de homenaje a una personalidad nacional e internacional. El discurso leído implica leer bien en público, mirar al auditorio y seguir el texto sin equivocarse de líneas, favoreciendo una buena imagen personal y del evento. Poner los celulares en modo silencio para no causar ruidos o interferencias en el discurso.

6.6 La vestimenta

El vestir forma parte de la apariencia personal uno de los grandes detalles del protocolo, contribuyendo a la formación de una imagen de integralidad de las personas. Saber escoger la ropa adecuada para cada ocasión es un conocimiento que se adquiere y un arte que se desarrolla. Debe tener en cuenta el vestuario formal para actividades de gala, premiaciones, actos, eventos profesionales y culturales de la sociedad que lo exigen y el vestuario informal, que se caracteriza por su simplicidad y originalidad. En este tipo de vestuario cada persona tiene su estilo y escoge dentro de las reglas comunes. En ambos casos la elegancia no está dada por la marca, ni la moda, sino por la selección individual y por el buen gusto. La ropa revela culturas, costumbres, preferencias, profesión, posición social y valores.

Los colores del vestuario favorecen a unos más que a otros, depende del clima y la ocasión, por eso debe aprender a elegir acorde a su personalidad. Se recomienda vestir con sencillez, realzar la imagen y no desentonar con el ambiente. Lo natural no tiene edad y no precisa de tanto dinero.

En horas tempranas es ventajoso los colores claros y en horas más avanzadas colores oscuros. El negro y carmelita son colores considerados de la etiqueta, se añade el gris como color clásico y el azul marino como tradicional. Las mujeres pueden utilizar traje de chaquetas o vestidos de preferencia color entero. Los hombres pueden usar trajes color entero, de rayas, camisas de mangas largas o guayaberas. Complementan el vestuario los zapatos, el maquillaje, el cabello y el cuidado de las manos. Sin dudas, el maquillaje es un potencial para resaltar el rostro de las personas y resulta agradable estar presentable en cualquier ocasión, de igual forma, el cabello es uno de los atractivos de mayor observación, y estima siempre que el corte y el peinado favorezca a la persona.

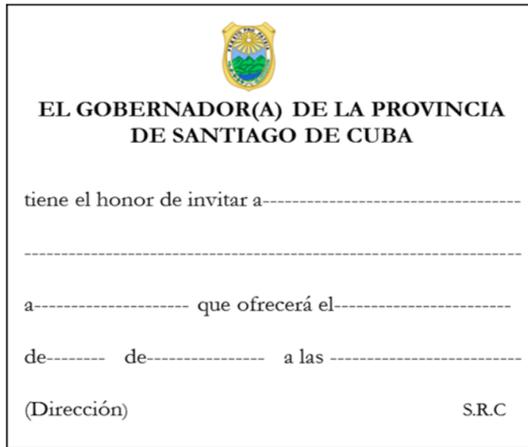
6.7 Las invitaciones

La invitación es un acto formal, donde el anfitrión hace llegar un documento oficial en formato impreso o digital con el nombre correspondiente, el tipo de actividad, la fecha y la hora, expresando sus deseos de que asista a la actividad. Las invitaciones son personales, cuando el anfitrión considere prudente la presencia de la pareja u otra persona se emitirá otra invitación para la persona correspondiente.

Cuando es una actividad de etiqueta se diseña una invitación donde se expresa en la parte inferior derecha la extensión de la invitación declarando el nombre de la otra persona, o se expresa que es un deseo que asista con su pareja.

Modelo de invitaciones

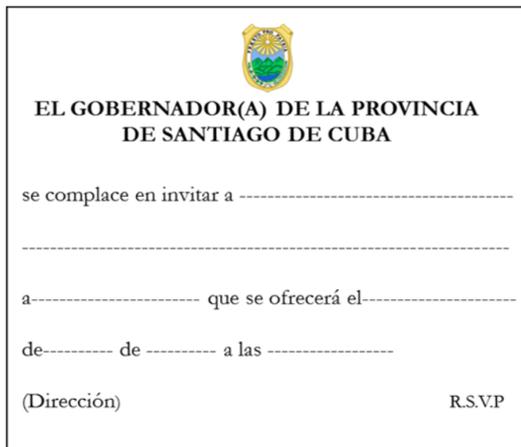
Las invitaciones tienen varios modelos, cuando es personalizada el texto será adaptado según la figura 11. En la dirección es preciso señalar bien la ubicación de la actividad, ciudad, espacio público, salón y otros detalles de orientación.



EL GOBERNADOR(A) DE LA PROVINCIA
DE SANTIAGO DE CUBA

tiene el honor de invitar a-----

a----- que ofrecerá el-----
de----- de----- a las -----
(Dirección) S.R.C



EL GOBERNADOR(A) DE LA PROVINCIA
DE SANTIAGO DE CUBA

se complace en invitar a -----

a----- que se ofrecerá el-----
de----- de----- a las -----
(Dirección) R.S.V.P

Figura 11. Modelo de invitaciones.
Fuente. Elaboración propia, 2024.

Tarjetas e invitaciones

Las invitaciones, notas y tarjetas deben cuidarse especialmente, ya que en ellas viaja la imagen de la organización, contribuyendo a su buen nombre y prestigio estas deberán cumplir las siguientes formalidades:

- La redacción debe realizarse en tercera persona.
- El tiempo de despacho previo de una invitación es de 10 días hábiles como mínimo y 21 como máximo y éste estará a cargo de la unidad organizadora, así como la elaboración de sobres, además del ensobrado y franqueo (si corresponde).
- La invitación es formulada por la autoridad de mayor rango de la organización.
- Se deberá cuidar las fórmulas de cortesía, la imagen personal y organizacional.
- Deberán figurar todos los elementos necesarios para informar correctamente a los invitados, como especificar con claridad el propósito de la misma a la autoridad invitada, especificando si se desea que haga uso de la palabra y de ser así, sugerir la temática a tratar, lugar, hora y demás pormenores. Indicar teléfono y correo electrónico para confirmación de la asistencia y designar una persona que llame para confirmar la asistencia, en caso que no lo hayan hecho los invitados y si fuera necesario especificar el vestuario a llevar.
- Si la invitación es personalizada debe indicarse nombre del invitante, organización, nombre y apellidos del invitado.
- Todas las invitaciones deben ser previamente aprobadas.

El ceremonial establece que el estilo de la correspondencia protocolar varía conforme al nivel jerárquico de las personas que participan en ella y sus propósitos. Es una comunicación formal y sucinta en su redacción que varía de acuerdo a su objetivo principal, estas se deben diseñar teniendo en cuenta las normas establecidos en el manual *Identidad Visual*, siendo las más comunes la nota protocolar, la esquila y la tarjeta de invitación, junto a otras que expresan sentimientos (felicitaciones, saludos, agradecimientos, condolencias). Se debe utilizar un trato epistolar y no admite en ningún caso abreviaturas:

- La esquila se emplea, en particular, para: agradecer atenciones recibidas; aceptar una invitación o excusarse por no poder asistir a ella; enviar felicitaciones por efemérides o aniversarios institu-

cionales, nombramientos o ascensos, distinciones y o nomásticos; y para expresar una condolencia. Se redacta en tercera persona.

- La nota protocolar es un acto de comunicación social de carácter formal, tipo carta, que se usa para invitar y establecer un compromiso, informar o solicitar. También se emplea para enviar felicitaciones por efemérides o aniversarios institucionales, nombramientos, ascensos, distinciones y onomásticos; y para expresar una condolencia en primera persona.
- La tarjeta de invitación es una comunicación formal, impresa en cartulina, que lleva impreso el logotipo de la institución y establece un compromiso entre invitante e invitado. Al remitirse una invitación se deberán guardar las formalidades descritas para una correspondencia protocolar.

6.8 Las flores

Las flores es uno de los regalos más simbólicos y universales, tienen su nombre y significado siendo importante conocer las interpretaciones que ella posee en cada contexto, así como si la persona que recibirá las flores no padece de alergia a determinado olor o tacto con las flores. Es recomendable no usar ramos colosales que impidan su traslado hacia ambientes, casas, hoteles o espacios de los invitados. Se recomienda consultar el catálogo de flores de cada país para la atención a delegaciones extranjeras.

Las flores forman parte de la decoración de los salones siendo importante definir el lugar que estas poseen, la cantidad y el tipo de ramo a confeccionar, además de la combinación con otras plantas ornamentales que integran la decoración del evento.

El lenguaje de las flores es una vía de comunicación social, cada color de las flores tiene un significado dado en un contexto cultural, por lo general está asociado a sentimientos, ideas, motivaciones y simbolizar algo. Ejemplo, las flores blancas significan la pureza, la elegancia, sencillez, luz, compasión, humildad y devoción por alguien o algo; las flores amarillas, representan la amistad, felicidad, juventud, vitalidad y energía; las flores naranjas, significan la alegría, euforia, entretenimiento y sociabilidad; las flores rosas, inocencia, felicidad, ternura, amor, bondad y feminidad; las rojas, pasión, amor y seducción; las flores azules, la frescura, paz, armonía, serenidad y confianza. Todas las flores tienen un valor estético y sentimental, lo que es fácil acertar si se conocen las preferencias de la persona que las va a recibir.

6.9 Los regalos

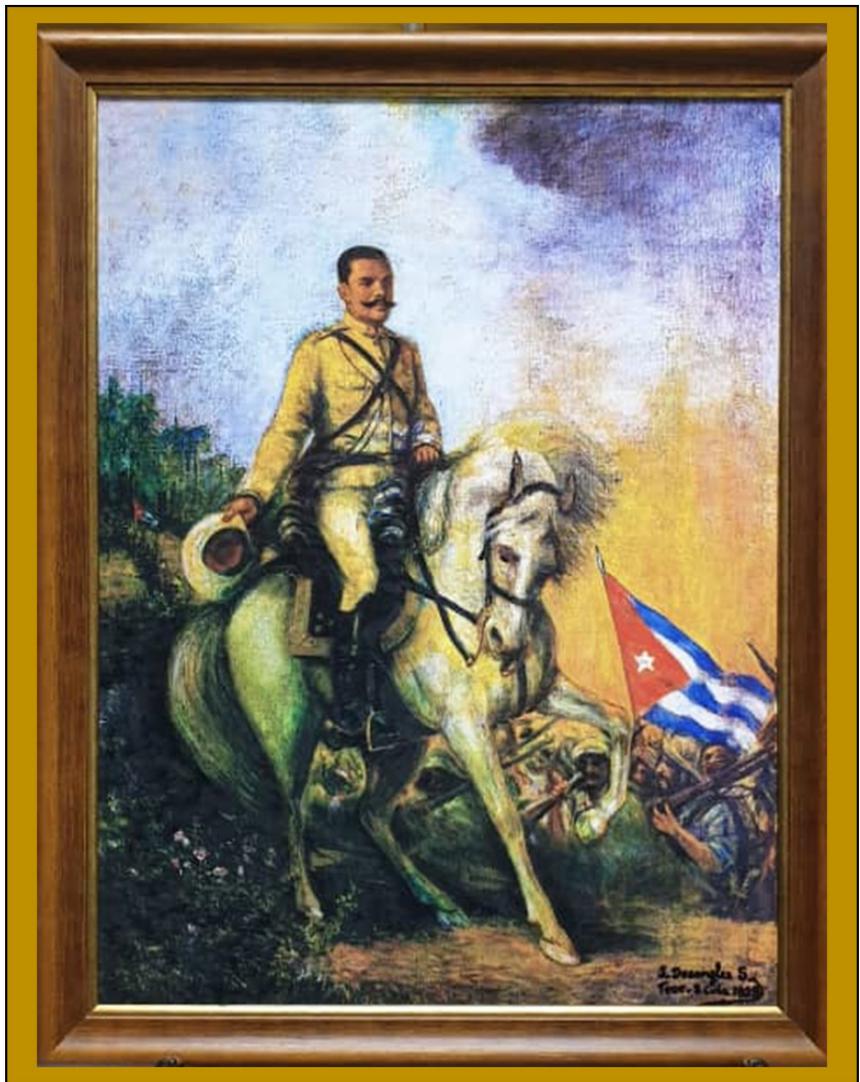
Hacer regalos es un acto que nos acompaña durante toda la vida tanto en ambientes familiares, profesionales como en las actividades protocolares de los eventos. Regalar significa demostrar una amistad, expresar agradecimiento. Los regalos deben enunciar creatividad en la selección del objeto y el mensaje que es lo más importante, aunque no siempre debe ir con una tarjeta de felicitación, se puede felicitar directamente.

A nivel comunicativo, el regalo dispone y coloca en una posición de receptividad a quien elige el momento ideal para hacer entrega del regalo. El que lo recibe, le genera alegría, se siente reconocido y apreciado.

Cada regalo es conferido por una personalidad diferente, si es perfeccionista combinará la envoltura y sus colores, escogerá las palabras apropiadas para el mensaje a enviar. Si la personalidad es apreciable buscará algo muy especial para hacer sentir a esa persona perfecta y que se recuerde siempre del regalo; si la personalidad es despistada entregará un regalo fuera de fecha o sin un mensaje. Si la personalidad es sencilla, el regalo será personalizado y con afecto. Si la personalidad es histriónica, su regalo será un recuerdo de algo inolvidable, un paseo o un artículo propio de su cultura. Cualquiera que sea la personalidad lo importante es disfrutar el dar y recibir el regalo como un símbolo de amistad.

Algunas reglas establecen que los regalos deben:

- Representar los símbolos de identidad de las organizaciones, comunidades o países que asisten al evento.
- Si se trata de una persona que le gusta la música, se sugiere elegir algo relacionado con este placer: un libro, una grabación, una invitación para un concierto, entre otras alternativas que surtan un impacto positivo.
- Los regalos se escogen de acuerdo con las personas, con las organizaciones o países que representa.
- La elección del envase debe ser apropiada, así como el papel de regalo.
- Asegúrese que el regalo no incluya el precio.
- Si el regalo fue enviado puede realizar una llamada por teléfono o enviar un mensaje para hacer saber lo mucho que le ha gustado el regalo.



Antonio Maceo

Autor: Luis Desangles (1862-1940)

Técnica mixta (reproducción en lienzo)

60 x 80 cm

Reconocimientos del Gobierno Provincial

7.1 Reconocimientos del Gobierno Provincial

El Sistema de Reconocimientos, Distinciones y Condecoraciones del Gobierno de Santiago de Cuba se regula por la Ley de Condecoraciones y Títulos Honoríficos aprobada en el Tercer Período Ordinario de Sesiones de la Asamblea Nacional del Poder Popular de la República de Cuba (ANPP, 2024).

La presente ley ofrece una visión conceptual sistémica y acorde a la realidad de la sociedad cubana. Actualiza y perfecciona el cambio para fomentar el reconocimiento al bien, el respeto, amor y defensa de los valores humanísticos de la Patria. De modo que los reconocimientos que se otorgan en los eventos y actos protocolares se rigen por este marco regulatorio.

Así pues el Gobierno Provincial de Santiago de Cuba puede emitir por acuerdos, resoluciones y normas para reconocimientos, diplomas, placas, banderas, premios y sellos otorgados como estímulos por los méritos alcanzados por los ciudadanos locales, nacionales e internacionales, personas jurídicas, ciudades, pueblos y comunidades que se destacan por su labor en la vida política, cultural, económica y social, constituyen ejemplo a seguir para las presentes y futuras generaciones en la educación patriótica. Entre los reconocimientos instituidos en este período histórico se destacan 8, siendo uno de los propósitos de este capítulo compilarlos y reconstruir los argumentos de su otorgamiento, así como la pieza de comunicación visual que se le otorga a los honrados.

Reconocimiento. Mausoleo al Héroe Nacional de Cuba, José Martí

El reconocimiento, Mausoleo al Héroe Nacional de Cuba, José Martí, constituye un símbolo del patrimonio histórico y cultural de la nación

cubana. Es concedido por acuerdo del Consejo Provincial del Gobierno de Santiago de Cuba a los ciudadanos con méritos o actitudes destacadas. Está formado por un diploma y una pieza de comunicación social que representa la réplica del mausoleo en el camposanto Santa Ifigenia, en Santiago de Cuba. De igual forma, se reconoce a quienes contribuyen de manera extraordinaria con su entrega al trabajo siguiendo la única alternativa posible para concretar el proyecto martiano de una Cuba independiente “Con todos y para el bien de todos” (Imagen 33).



Imagen 33. Réplica del Mausoleo José Martí.

Fuente. Gobierno Provincial.

Placa Mérito Por la Vida

La placa Mérito por la Vida, surge en el contexto social de la pandemia de la COVID-19, como reconocimiento a los trabajadores de la salud, médicos, enfermeras y personal paramédicos que mantuvieron una actitud destacada para salvar vida ante la crisis sanitaria ocasionada por esta enfermedad. En la actualidad el Gobierno Provincial la otorga a las personas naturales y jurídicas que con su esfuerzo contribuyen a salvar vidas en cualquier situación excepcional de peligro, amenaza o riesgos presente en diferentes escenarios sociales o en cumplimiento de misiones en el territorio nacional e internacional. (Imagen 34).



Imagen 34. Placa de reconocimiento, Por la vida.

Fuente. Gobierno Provincial.

Placa por el aniversario del 26 de Julio, asalto a los cuarteles Moncada y Carlos Manuel de Céspedes

El Gobierno Provincial de Santiago de Cuba, adoptó el acuerdo de instituir el reconocimiento “50 Aniversario del Asalto al Cuartel Moncada”, que es otorgado a asaltantes al Cuartel Moncada, colectivos laborales y a las personas naturales que poseen una larga trayectoria patriótica de defensa de las conquistas de la Patria.

Este reconocimiento se entregó por primera vez en el año 2023 a 20 santiagueros destacados en el desarrollo económico y social del territorio. Su frase central “Con todos, la victoria” se encuadra en el contexto de las actividades por el aniversario 70 del asalto a los cuarteles Moncada y Carlos Manuel de Céspedes, en saludo a la fecha histórica del 26 de Julio de 1953; de igual forma, se concede a una persona por su servicio distinguido en el servicio civil o militar. (Imagen 35).



Imagen 35. Placa de reconocimiento en ocasión del 26 de julio.

Fuente. Gobierno Provincial.

Plato del Palacio Provincial de Gobierno

El plato por el aniversario de la fundación del Palacio Provincial de Gobierno de Santiago de Cuba se entrega en ocasión del aniversario de la edificación de este inmueble desde 1926. Se hace entrega a personalidades distinguidas por su deber ciudadano, su aporte a la identidad y cultura del Gobierno Provincial; a organizaciones nacionales o de otros países que se destacan por su amistad, solidaridad y colaboración con el pueblo santiaguero. (Imagen 36).



Imagen 36. Plato del Palacio de Gobierno.

Fuente. Gobierno Provincial.

Placa *Con el esfuerzo de todos. Venceremos*

El reconocimiento por el Esfuerzo de todos, Venceremos, se instituyó por primera vez en el año 2010, con el objetivo de impulsar el desarrollo económico, social y cultural de la provincia de Santiago de Cuba con la participación popular de todos los ciudadanos, municipios y colectivos laborales. El Gobierno Provincial lo confiere a personalidades naturales o jurídicas (ciudadanos o entidades) que hayan alcanzado méritos en el cumplimiento de su deber acorde a su profesión y responsabilidad social. A colectivos e individualidades que son exponentes del desarrollo estratégico, económico y social del territorio. (Imagen 37).



Imagen 37. Placa de reconocimiento al esfuerzo.

Fuente. Gobierno Provincial.

Reconocimiento. “Titán de Bronce”

La Plaza de la Revolución Antonio Maceo es un símbolo de valor patriomonal de Santiago de Cuba, inaugurada el 14 de octubre de 1991. Dada su significación histórica y cultural es conferida la réplica del Monumento del Mayor General Antonio Maceo a personalidades naturales y jurídicas que se destacan en la creación de obras de beneficios sociales, conscientes de su aporte fundado en el mérito al trabajo público, el humanismo y la ética, para el desarrollo de la comunidad y la sociedad. Asimismo, a quienes desde su desempeño laboral, científico e investigativo contribuyen a enaltecer a uno de los paradigmas del proceso independentista cubano contra el colonialismo español. (Imagen 38).



Imagen 38. Réplica del Monumento del Mayor General Antonio Maceo.

Fuente. Plaza de la Revolución, Antonio Maceo, 2024.

Escudo de la Provincia de Santiago de Cuba

El 10 de febrero de 1996 se instituyó el reconocimiento del Escudo de la Provincia de Santiago de Cuba por sus antecedentes históricos. El 15 de febrero de 2002, la Asamblea Provincial del Poder Popular de Santiago de Cuba, ratifica y revitaliza el “Escudo de la Provincia” para ser otorgado a personas naturales y organizacionales, personalidades destacadas en el escenario nacional e internacional por su estrecha colaboración con los principios que rigen la Patria, la soberanía e independencia y por su contribución a la unidad del pueblo, las misiones de vanguardia asumidas en beneficio de los intereses sociales. Su pensamiento e ideario marxista cubano, latinoamericano y universal. El reconocimiento se materializa a través de un diploma con la imagen gráfica del Escudo y una pieza de comunicación social que lo simboliza. (Imagen 39).



Imagen 39. Pieza de comunicación social del Escudo del Gobierno Provincial.

Fuente. Gobierno Provincial, 2024.

Reconocimiento. La Bandera de la Estrella Solitaria

El primero de mayo de 1999, se inicia una nueva tradición, la permanencia de la insignia nacional en el Templete y el cambio diario de las flores, siendo aprobado por el Consejo Provincial del Gobierno de Santiago de Cuba, que la bandera nacional, que permanece cubriendo la urna funeraria del mausoleo donde están depositados los restos del Héroe Nacional José Martí, en el cementerio de Santa Ifigenia, en Santiago de Cuba, Ciudad Héroe, será sustituida cada 28 de enero y 19 de mayo, siendo entregada como reconocimiento a destacadas personalidades con una significativa labor en la divulgación de la obra martiana. Esta acción patriótica tiene como antecedente la perseverancia y patriotismo de las maestras de la Escuela Spencer y su Comisión el 19 de mayo de 1913, hasta colocar el busto de mármol que engalanaría el Templete donde descansaban los restos del Apóstol hasta 1951 que es inaugurado el mausoleo a Martí. (Imagen 40).

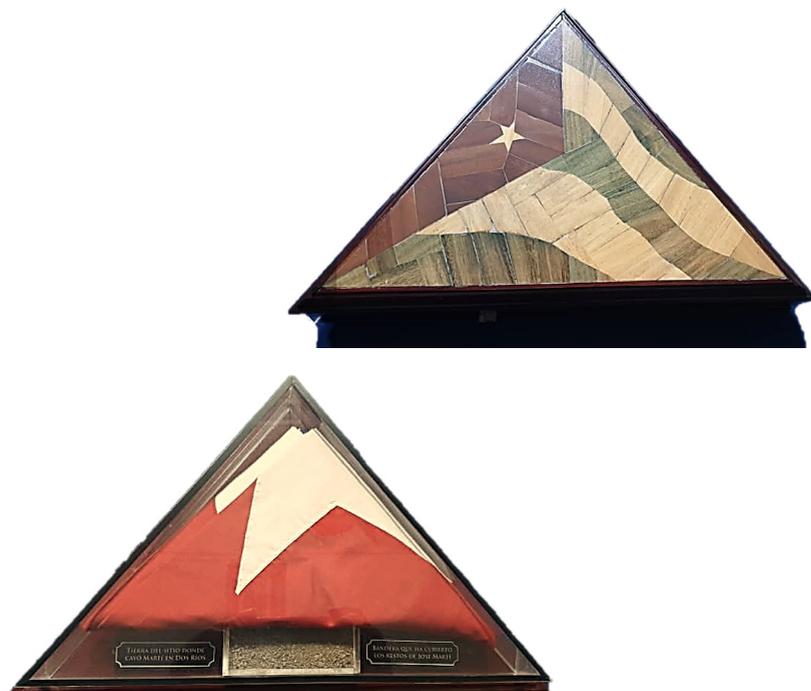


Imagen 40. Reconocimiento La Bandera de la Estrella Solitaria.

Fuente. Archivo personal de Vicente González.

7.2 Obsequios de identidad

Los obsequios de identidad, organizacionales, comunitarios o nacionales desempeñan un papel fundamental en la estrategia de comunicación social destinada a la fidelización de públicos, clientes, productores, consumidores y ciudadanos; su mensaje va más allá de ser un obsequio, representa una conexión de amistad, que marca el inicio o desarrollo de las relaciones sociales.

La selección de los obsequios debe ser de calidad y con un diseño atractivo que represente la identidad nacional o local, debe sorprender a la persona que se le regala, debiendo ser creativos los organizadores de este acto. Entre ellos, se consideran:

- Los llaveros personalizados como una opción de valor emocional y utilitario, ya que en su uso diario siempre le recordará la organización que le hizo entrega del obsequio a través de la imagen simbólica del logo con un mensaje especial.
- Las bolsas de tela, que son de uso cotidiano, son perfectas para transmitir mensajes, mediante el logo, además de ser prácticas para llevar objetos personales.
- Las botellas de promoción, otro obsequio, que es de uso diario como recipiente de agua, también permite la visibilidad de la marca de la organización.
- Los bolígrafos personalizados con el nombre de la persona que recibirá el obsequio o de la marca que lo entrega.
- Abanicos personalizados, es especial para obsequiar en temporadas de calor, ideales para su uso en eventos y actividades protocolares al aire libre.
- Pulseras con el símbolo grabado de la organización o con el nombre de la persona que recibirá el obsequio.
- Mochilas de trabajo personalizadas con la marca gráfica de la organización.

Todos son obsequios perfectos para recordar y regresar, formando una imagen positiva de la organización o localidad. La imagen 41, demuestra la personalización de los obsequios con el logo, colores de identidad, mensajes de la marca de la organización, los cuales siempre tendrán un efecto motivador y de agradecimiento.



Imagen 41. Regalos de identidad.

Fuente. Manual de Identidad Visual del Gobierno Provincial, 2024.



Escultura de bronce que custodia la escalinata del vestíbulo portando una lámpara antigua

Los eventos

8.1 Clasificación de los eventos

El evento es un acontecimiento, hecho o suceso que transita u ocurre en un tiempo y un espacio determinado. Se considera un acto de comunicación social que contribuye al desarrollo de las relaciones públicas, a fortalecer la identidad y la imagen organizacional. A su vez es un producto portador de varios productos comercializables y servicios.

Los eventos tienen el carácter de reunión profesional, se pueden catalogar como científico- técnicos, culturales, deportivos, educativos, políticos, comerciales, religioso y promocional u otro que facilite el intercambio de ideas, conocimientos y experiencias entre los públicos que participan.

Congreso

Es un evento generalmente periódico donde los miembros de una organización, asociación o comunidad analizan temas específicos, inherentes a su trabajo, profesión o actividad, con el objetivo de establecer proyecciones de desarrollo y sostenibilidad. Sus características principales son:

- Son regulares (cada 2 años).
- Se programan numerosas actividades.
- Se presentan nuevos resultados de investigaciones.
- Plantean problemas y proponen soluciones.
- Existe una participación representativa.
- Es un programa de alta competencia profesional, requiere de un equipo especializado para su organización.
- Tiempo promedio de duración de 3 a 4 días.

- Requieren de grandes espacios públicos para los intercambios.
- Producto de su diversidad y complejidad se combinan con otras dinámicas grupales.

Simposio

Reunión formal de expertos de una esfera específica que analizan nuevos aportes científicos y tecnológicos de las ciencias y las disciplinas científicas presentando sus puntos de vista. Ofrecen recomendaciones sobre los temas debatidos. Exposiciones concisas y bien organizadas sustentada en los adelantos científicos-técnicos de la sociedad. Tiempo promedio de duración: 2 días.

Convención

Es una modalidad que puede tratar aspectos comerciales, sociales, legislativos, industriales. Ejerce fuerte influencia en el turismo por el volumen de operaciones. Se exponen productos, servicios, medios, herramientas, tecnologías e innovación. Es una modalidad de gran aceptación internacional.

Conferencia

Disertación sobre un área temática por un reconocido experto o líder de opinión. Exposición de ideas producto del esfuerzo investigativo del autor. Generalmente por escrito. En la actualidad se apoya en los medios audiovisuales para ilustrar imágenes o figuras relacionadas con el tema de la conferencia.

Una hora como promedio de exposición del conferencista. En ocasiones se extiende a 2 horas según el formato seleccionado. Al concluir el conferencista, pueden existir preguntas y respuestas a debate o comentarios de la exposición. Es considerada una reunión de alto nivel, donde se aborda sólo un tema y convocada por invitación, generalmente gubernamental.

Festival

Concebido de forma originaria o comúnmente para programas relacionados con las artes, orientado a fines promocionales de la cultura. Lleva frecuentemente un reconocimiento final, como premio. Es un fin de entretenimiento y de promoción de las manifestaciones culturales convocadas en un ámbito especializado o regional determinado.

Existen diferentes puntos de vista sobre el hecho de que no cubre una finalidad comercial y que sus costos se sufragan con los precios de las butacas o las entradas a conciertos y otras representaciones y/o el patrocinio.

La esencia es que son autofinanciados, responden a necesidades espirituales, beneficios de la comunidad, preferencias artísticas y fortalecimiento de la identidad nacional.

Taller (*workshop*)

Reunión de varias personas con programa de debate intensivo sobre temas específicos sobre los cuales se tienen puntos de vista diferente. Está destinado a crear destrezas, desarrollar habilidades y solucionar problemas mediante el esfuerzo de facilitadores y participantes. Tiempo promedio: 2 días.

Mesa Redonda

Confrontación pública de un tema con varios puntos de vista con enfoques divergentes. Sopesar ventajas y desventajas e incentivar a un grupo para enfrentar tema polémico. Nivel académico alto de los panelistas. Libre expresión de ideas y opiniones. Tiempo promedio: 2 horas.

Panel

Presentación de un tema entre un reducido número de expertos para ser analizado y discutido en forma de diálogo o conversación. Se utiliza en temas de interés general. De amplia utilidad para los medios de comunicación social. Tiempo promedio: 2 horas.

Encuentro

Es un acto para dialogar temas en común que consiste en permitir que personas con contenidos afines puedan compartir algo que ocurrió en algún momento del pasado, no cercano y se encuentren para celebrar este acontecimiento.

Seminarios

Estudiar a fondo un tema para ser compartido con un grupo de interés común. Lograr acuerdos en torno a tópicos que requieran discusión y análisis profesional. Pueden ser seriados y persiguen un fin de enriquecimiento de habilidades. Complejo en su organización. Al finalizar se realiza una consulta resumen. Tiempo promedio: 2 días.

Foro

Es una técnica de comunicación oral, que se realiza en espacios públicos físicos o virtuales a través de Internet, que permite la libre expresión de ideas, diversos enfoques, desarrollando el espíritu de participación entre sus miembros.

Coloquio

Convoca a un número limitado de personas para intercambiar ideas, criterios sobre un tema específico. Puede contribuir al desarrollo de alternativas políticas, económicas, culturales, religiosas y sociales para conciliar puntos de vista diversos.

Jornada

Serie de actividades destinadas a compartir información específica en organizaciones y comunidades en ocasión de un acontecimiento político, histórico o sociocultural. Se puede extender desde 8 horas hasta 3 o 4 días de acciones con afluencias de diversos públicos en correspondencia con los objetivos y programas diseñados.

Temas libres

Una modalidad establecida como parte del programa profesional de un congreso que consiste en la presentación de un trabajo por un participante (ponente), que puede ser el resultado de una investigación total o parcial, o de un estudio. En ambos casos la presentación debe corresponderse con las temáticas que el evento aborda.

Las presentaciones orales se realizan en un tiempo de 15 minutos, 10 para exposición y 5 para debate. Se utilizan medios audiovisuales y/o computadoras. Generalmente se establecen requisitos que los ponentes consultan en la convocatoria del evento (anuncio circular).

Sesión de pósters

Se trata de la presentación de temas libres resumidos que previamente se colocan en forma de afiches, en tamaño predeterminado, en un lugar señalado por el Comité Organizador del evento. Se da un promedio de 10 minutos a cada expositor. Después que todos los expositores presenten su poster, se inicia la discusión con un tiempo también establecido. La sesión puede presentarse en la modalidad virtual, donde los contenidos digitales son mediados por plataformas tecnológicas. Una variante es fijar un horario y permitir la discusión entre el autor del tema libre y los interesados en el mismo lugar de ubicación del póster.

Exposición asociada

Es una exhibición con carácter comercial, promocional o profesional que se organiza asociada a un evento. Generalmente son pequeñas muestras. Su presentación realza la imagen organizacional del evento. El expositor

tiene la función de promover más que vender. Es un espacio donde se da a conocer las fortalezas de los productos, servicios, organizaciones y procesos socioproductivos, así como culturales. Algunas exposiciones surgen asociadas a un evento y luego se transforman en ferias o exposiciones de participación nacional e internacional de amplio impacto.

Una exposición produce ganancias netas al evento y en algunos casos puede constituir una fuente muy importante de ingresos económicos financieros. Para los participantes resulta interesante conocer sobre los adelantos más recientes en productos, servicios, así como las publicaciones en revistas, catálogos, folletos, manuales y libros.

Ferias

Toda clase de exhibiciones donde se utilizan como herramienta el marketing, la comunicación social, en particular la publicidad y el patrocinio. Las ferias permiten conocer la competencia, generar estados de opinión, favorecer la imagen social y establecer una relación estrecha entre productores, comercializadores, suministradores, proveedores y clientes.

Los eventos científicos a su vez se pueden organizar por sus finalidades en:

1. De formación: son eventos donde se imparten cursos teóricos-metodológicos con fines de aplicación para realizar estudios de investigación.
2. De extensión: son eventos demostrativos de campos con la finalidad de enseñar mostrando desde la experiencia y compartiendo conocimientos adquiridos.
3. De difusión: son eventos donde se presentan resultados de investigación en diversos medios de comunicación social y soportes.

Beneficios de los eventos:

- Reúnen grupos para satisfacer necesidades y estimular la participación social en objetivos estratégicos del territorio.
- Desarrollan la comunicación social y propician la participación ciudadana en los programas y proyectos nacionales.
- Promocionan el conocimiento y la cultura de los pueblos.
- Inciden en el desarrollo cognitivo y práctico del individuo.
- Brindan oportunidades para entregar reconocimientos.
- Contribuyen al cumplimiento de la misión y al logro de los objetivos de la organización.

- Amplían relaciones humanas y profesionales.
- Desarrollan las relaciones interpersonales y el intercambio económico, cultural.

8.2 Los actos organizacionales

Los actos organizacionales pueden realizarse en conmemoración a las fechas de inauguración de estas entidades, aniversarios cerrados, momentos históricos y culturales relacionados con el nombre de la organización, dedicado a personalidades ilustres o invitados que prestigian el centro.

Existen diversas clasificaciones de actos, entrega de condecoraciones, distinciones, medallas y órdenes a nivel organizacional, comunitario o provincial. Se añaden los actos de entrega y traspaso de los cargos, asimismo aquellos que constituyen firmas del Código de Ética de cuadros y servidores públicos.

Programa básico de los actos en las organizaciones

- Himno Nacional de Cuba.
- Presentación de la presidencia.
- Palabras de un orador seleccionado relacionado con el tema central del acto.
- Entrega de premios, distinciones o reconocimientos.
- Momento cultural.
- Palabras de la autoridad de mayor rango o la personalidad aprobada para cerrar el acto.

Programa de Acto de Reconocimiento de entrega del Escudo del Gobierno Provincial

- Himno Nacional de Cuba.
- Presentación de la presidencia.
- Lectura de la Resolución del Consejo Provincial del Gobierno Provincial del otorgamiento del Escudo del Gobierno a personalidades u organizaciones destacadas por sus méritos y trayectoria a cargo de la Secretaria del Consejo.
- Entrega del Escudo del Gobierno Provincial, copia de la resolución, réplica de la pieza de comunicación visual, obsequios y flores.
- Palabras de agradecimiento del homenajeado.

- Momento cultural.
- Palabras finales a cargo del Gobernador o de la autoridad de mayor rango.

8.3 Actividades protocolares en eventos nacionales e internacionales

La recepción

Es un acto social que se organiza de forma nacional e internacional con un número alto de invitados. Es una tradición realizarlas en las primeras horas de la noche y su tiempo de duración es de dos horas. Para toda recepción se selecciona un bufé y se inicia el servicio a continuación del recibimiento de los invitados de honor.

Cócteles de bienvenidas o despedidas

Los cócteles son populares debido a que son más flexibles para organizar y se prestan para celebrar cualquier tipo de acontecimiento. Lo mismo puede ser invitar a un número reducido de personas que un grupo de amistades que desean conmemorar un acontecimiento. Se requiere suficiente bebida para preparar los cócteles, ron, vino, licores, limones, zumos de naranja, de tomate, soda, refresco de cola, hielo. Se ubican varios centros de bebidas para evitar las aglomeraciones. Se acompaña de pequeños saladitos.

Buffet

Es una forma muy aceptada de presentar una cena, tanto en ocasiones formales como informales. Propicia la posibilidad de un número mayor de invitados en un espacio más reducido, promueve la comunicación entre todos los públicos y facilita el servicio. En esta modalidad se requiere que cada invitado tenga un sitio cómodo para sentarse, lo básico un lugar para colocar el plato, la bebida y continuar compartiendo. La selección de los platos del *buffet* es importante por la variedad, calidad y presentación.

Desayuno de trabajo

Se debe realizar después de las 9.00am, con una duración de dos horas aproximadamente. Mientras se come se está trabajando en algunas ideas de la agenda de interés público o privado.

Almuerzos

Los almuerzos pueden ser formales, en honor a una personalidad oficial del gobierno que este acreditada por su rango o funciones; para despedir a un dirigente que culmina su responsabilidad o para dar la bienvenida a una delegación. Los almuerzos formales pueden ofrecerse con o sin acompañantes, en dependencia de las circunstancias que originan la invitación y de los objetivos que persigue el anfitrión.

Cuando se trata de almuerzos informales, éstos se ofrecen casi siempre sin acompañantes. Tienen por lo general alguna finalidad específica: establecer algunos contactos de interés, obtener alguna información determinada o propiciar vínculos con autoridades del país o de la localidad.

Todo almuerzo formal o informal conlleva un orden protocolar de precedencia en la ubicación de los invitados en la mesa. La puntualidad es obligatoria, debiéndose llegar dentro de los 15 minutos de la hora señalada en la invitación y una vez pasados 30 minutos de la hora indicada, deberán pasar los comensales al comedor, por indicación de los anfitriones. En los almuerzos formales, siempre el anfitrión ofrece un brindis en honor al invitado principal, el cual deberá ser respondido por éste.

El almuerzo se organiza siguiendo las reglas de cortesía y previa invitación. El menú debe ser sencillo y se puede planificar en espacios privados o públicos. Debe efectuarse aproximadamente desde las 12.00m hasta las 14.30 horas.

Cenas

Tienen su propio concepto de organización atendiendo a la cultura del anfitrión y los objetivos formales e informales. Una cena es siempre una cena y el deseo es que todos los invitados que asistan se sientan bien. La organización es importante, desde la servilleta, las copas, vasos, cubiertos, el tipo de menú seleccionado y la bebida propicia para la actividad protocolar. Cuando las cenas son de varios invitados es necesario la colaboración de personas calificadas para el servicio. Debe ser desde las 19.00 h hasta las 21.00 h. aproximadamente.

Vino de honor

El vino de honor puede ser parte del programa de un evento de corta duración, un acto o una reunión de carácter profesional, cultural o social, o sea son apropiados para conferencias, entrega de premios, presentaciones de libros, piezas de comunicación social, objetos patrimoniales entre otros.

El tiempo de duración de la actividad no debe excederse de una hora, si se tiene en cuenta que en esta celebración los invitados están de pie. Se selecciona el vino rey del evento dentro del conjunto de otros vinos. Suelen ser vinos tintos, vinos blancos, asimismo el champán, la cerveza, el vermú y los vinos generosos (el Jerez) también resultan apropiados si así lo consideran para la actividad protocolar.

8.4 Organización de eventos y actos sociales

Para la adecuada gestión (planeación y/o organización, desarrollo y evaluación) de un acto, primero se debe definir el carácter del mismo, de acuerdo con la clasificación establecida anteriormente, el orden de las acciones y los aspectos del protocolo. Luego se hace necesario verificar aspectos de relaciones públicas, que contribuyan eficazmente al logro de los objetivos de proyectar una buena imagen organizacional y lograr la satisfacción de los asistentes. Esto implica el siguiente orden:

1. Definir metas, objetivos e intenciones.
2. Establecer un presupuesto en la moneda que se requiere para asegurar la logística.
3. Crear el equipo de eventos de competencia profesional.
4. Elegir el lugar, la fecha y modalidad.
5. Desarrollar la marca gráfica que va a identificar el evento.
6. Elaborar la convocatoria del evento y definir la cuota de inscripción.
7. Planificar el programa del evento.
8. Diseñar el patrocinio, expositores, ponentes del evento y posibles coauspiciadores.
9. Seleccionar las herramientas tecnológicas para la comunicación digital del evento, información, acreditación, comentarios y entrega de certificados a ponentes y participantes.

Todo evento requiere de un planeamiento que permita la eficacia y eficiencia de la comunicación social entre los organizadores y los posibles públicos participantes. A continuación, se establecen los aspectos a tener presente para su organización.

Etapas. Preevento

El preevento es la etapa inicial de planificación que establece los objetivos e intenciones del evento, define su público objetivo y crea una estrategia

de comunicación social y marketing, además de ocuparse de la captación y aprobación del evento, las condiciones, logística, transporte y alojamiento.

- Se determina el Comité Organizador y las funciones.
- La fecha y lugar del evento.
- La convocatoria del evento.
- El presupuesto del evento.
- Preparación del equipo de apoyo del evento.

A su vez, es la etapa de organización que define qué se va a hacer, la serie de aseguramientos y las acciones a tener en cuenta en tiempo y espacio.

- Realizar una primera reunión preparatoria para conocer cuál es el objetivo del evento.
- Determinar el listado de invitados, en base al objetivo, carácter y naturaleza del evento.
- Tener en cuenta si hay entrega de placas, sellos, distinciones, premios.
- Determinar la invitación de los medios de comunicación social.
- Definir los públicos, invitados y colaboradores.
- Aprobar la simbología y la escenografía.
- Diseñar la invitación en correspondencia con la identidad visual de la organización.
- Enviar las invitaciones.

De igual forma, se organizan los actos, se asignan las tareas a cada persona, según las funciones de cada comisión creada, las responsabilidades y obligaciones.

- Reunión preparatoria del Comité Organizador.
- Asignación de las responsabilidades y tareas al personal de apoyo.
- Establecimiento de las vías de comunicación social entre todo el equipo de trabajo.
- Si es necesario, ensayo general, de la apertura y luego de la clausura del evento.
- Confirmación de la asistencia de los invitados de honor y otros invitados.
- Aprobación de los guiones y la propuesta del maestro de ceremonia del acto.

- Determinación de la realización de recepción (comida, cóctel), acorde con la hora del acto y la naturaleza del mismo.
- Verificación de la entrega de diplomas, obsequios, flores y otros.
- Preparación del guion de comunicación para la grabación del acto.
- Determinación de los participantes en el acto y su orden de precedencia.
- Coordinación de las acciones pertinentes con otras instituciones de apoyo del evento.

Tabla 1. Planificación de las acciones pre-evento.

Días	D	L	M	M	J	V	S
Actividad	1	2	3	4	5	6	7
Etapa. Pre-evento							
Pauta de trabajo en el Consejo de Dirección							
Reunión del director para nombrar Comité Organizador y funciones							
Visita de exploración de los espacios a utilizar en el evento para conocer las necesidades de recursos, las condiciones de los locales y diseñar la planimetría del evento, establecer los requerimientos técnicos de montaje, iluminación y sonido.							
Aprobación del Organizador y del Productor del evento.							
Elaboración de los documentos, cartas, avisos relacionados con el evento y sus trámites de aseguramiento vial, de salud, agua, electricidad, patrocinadores. Solicitud de vehículos, hospedaje, pasajes, alimentación, viáticos. Aprobación de presupuesto.							
Aprobación del diseño de patrocinio y de los coaspiradores del evento, así como de los proveedores.							

Fuente. Elaboración propia, 2024.

Tabla 2. Lista de chequeo para la organización de los eventos

Chequeo	Cantidad	Responsable o Proveedor	Datos de contacto
Decoración y muebles			
Sillas			
Mesas			
Toldos			

Tarima			
Atril			
Decoración, arreglos florales			
Banderas			
Pódium para el orador			
Hidratación y alimentos			
Agua			
Termo de café			
Termo de té			
Desayunos			
Almuerzos			
Refrigerios			
Vasos			
Bolsas de basura			
Equipo de servicios múltiples			
Equipos técnicos y de seguridad			
Planta eléctrica			
Sonido+ micrófonos			
Televisores			
Proyector			
Iluminación			
Cámara fotográfica			
Grabadora de voz			
Cámara de filmación			
Materiales impresos			
Planos de mesa			
Marca de sillas y mesas			
Programa General			
Programa Científico			
Credenciales			
Ticket de alimentación			
Tarjeta de invitación			
Papelería con la marca del evento.			
Agenda			
Planilla de inscripción			

Carpeta			
Certificado de asistencia			
Modelo de relatoría			
Señalética			
Despacho tecnológico			
Laptop			
Impresora			
Fotocopiadora			
Papel			
Lapiceros o lápices			
Tijeras y gomas de pegar			
Cartulina			
Presilladora			
Activación de móvil corporativo			
Portal, Sitio Web o Página Web del evento			
Cuenta de correo electrónico			
Transporte			
Vehículo			
Viáticos			
Boletos de transporte			
Almuerzo y comida del personal de transporte			
Cultura			
Himnos			
Asta de banderas			
Escudo			
Logotipo			
Música			
Maestro de ceremonia			
Grupo cultural			
Traductor e intérprete			
Traductor de lenguaje de señas			
Equipo de Protocolo			
Equipo de OPC. Organizadores de eventos.			

Fuente. Elaboración propia, 2024.

Etapa. Desarrollo del evento

En esta etapa se ejecuta y desarrolla el evento, propiamente. Los responsables de la organización realizarán su trabajo de forma coordinada y de acuerdo a lo definido en las anteriores etapas.

- Ordenamiento del escenario, arreglo de los lugares protocolares.
- Colocación de banderas y demás símbolos nacionales y organizacionales.
- Atención a los diversos públicos.
- Ubicación de los asistentes, según su rango, invitados especiales, prensa y público general atendiendo al orden de precedencia previamente establecido en la anterior fase.
- Distribución de los materiales e información.
- Atención y solución de cualquier dificultad o inconveniente antes, durante y después del evento.
- Control de los vocativos para dirigirse a las personas, tarjetas de identificación, listas protocolares, tarjetas de invitación, manejo de medios de comunicación social.

Tabla 3. Ejecución de las acciones planificadas para el evento.

Días	D	L	M	M	J	V	S
Actividad	1	2	3	4	5	6	7
Etapa. Desarrollo del evento							
Ejecución de las acciones estratégicas aprobadas en el plan.							
Proceso de producción del evento.							
Atención al programa general del evento.							
Desarrollo del programa científico-cultural o social del evento.							

Fuente. Elaboración propia, 2024.

Etapa. Post-evento

Es la etapa posterior a la celebración del evento se evalúan todas las acciones desarrolladas, de forma detallada. Se definen las conclusiones, se ajustan y corrigen aspectos a tener en cuenta en posteriores eventos. Es una evaluación de calidad de todo el trabajo desarrollado, formando parte del proceso de retroalimentación, estados de opinión pública y criterios de mejoras.

- Análisis del desempeño de los gestores del acto y el cumplimiento de las acciones protocolares y ceremoniales pertinentes.

- Reconocimiento del trabajo realizado por los miembros del equipo organizador y colaboradores.
- Estados de opinión pública acerca del patrocinio y la publicidad del evento.
- Aplicación de sondeos de opinión para conocer las impresiones del público participante.

Tabla 4. Acciones de cierre del evento.

Días	D	L	M	M	J	V	S
Actividad	1	2	3	4	5	6	7
Etapa. Post- evento							
Chequear el desmontaje del evento.							
Agradecimiento a los patrocinadores y coauspiciadores.							
Agradecimiento a los miembros del Comité Organizador y colaboradores.							
Elaboración del informe del evento, fortalezas, debilidades, oportunidades.							

Fuente. Elaboración propia, 2024.

8.5 De los contenidos y mensajes en los eventos

La Ley de Comunicación Social de la República de Cuba, valora los contenidos como un precepto de vital importancia para el sistema de gestión del gobierno y sus niveles de relaciones sociales, donde se plantea:

Todo tipo de información, conocimiento, concepto, interpretación de la realidad, forma, sentido y significado dado a una idea, objeto de comunicación; se pueden expresar en formato textual, gráfico, sonoro, audiovisual multimedial o hipermedia u otro; estructurado y organizado bajo un concepto de diseño gráfico y tecnológico, se genera, comparte y se desarrolla en los espacios públicos físicos o digitales. (ANPP, 2024, p.813).

Dentro de los contenidos y mensajes de los eventos resultan de interés público los asociados al desarrollo de las organizaciones y de las comunidades. Tienen la función de facilitar la información, el conocimiento, el aprendizaje y las prácticas culturales de integración social en lo personal y profesional.

Para la generación de los contenidos y mensajes existen cuatro niveles de aplicación: conceptualización, contextualización, creación y co-

municación social. En cada nivel los contenidos y mensajes interactúan en coherencia con el sentido, significado, producción, interpretación y la comunicación de la marca o símbolo del evento.

Estos contenidos son definidos por el argumento del discurso, el nivel cognitivo perceptivo del objeto de comunicación social, el sustento simbólico, la interpretación, la significación cultural y social, la declaración de la fuente; los segundos, son determinados por la fuente productora de los contenidos, quién los hace, las razones y motivaciones, los procesos, ordenamiento, procederes para la producción y su diseño incluidos las plataformas tecnológicas donde se acoplan los contenidos.

Por consiguiente, se clasifican los contenidos acordes a la temática del evento en políticos, históricos, culturales, educativos, patrimoniales, científicos, ambientales y económicos; por funciones, informativos, educativos, de creación, entretenimiento y motivación; por su formato, en textual, sonoro, visual y audiovisual.

En todas las clasificaciones que se realicen sobre los contenidos se estudia el tratamiento de los signos y símbolos de identidad según los propósitos de los mensajes de bien público, publicidad, patrocinio y marketing del evento.

Los contenidos son la potencia del mensaje, es el aspecto interno, formado por una integración funcional, un discurso de carácter escrito, icónico, verbal, audiovisual o multimedial, que se produce, modela y proyecta en los medios de comunicación social atendiendo a una realidad objetiva y verificable (Brull, 2023, p.15).

Todo contenido que se presenta en un evento proporciona un marco de referencia en la articulación significado y significante con sentido creado por las relaciones específicas del saber cultural, con énfasis en su valor; además de la interacción con los públicos usuarios que parte de considerar desde la estructura del contenido, la organización hasta la etiqueta de contacto que aparezca de forma visible y todos los datos de procedencia que permitan la retroalimentación y el tercero, permite el constante intercambio de información (actividades, comentarios, sugerencias, publicaciones).

Existen contenidos de interés público que se destinan a las plataformas tecnológicas y son denominados contenidos digitales, y se acoplan diferentes soportes; es una modalidad multimodal en la que se estructuran mensajes para páginas web, blogs, podcasts, revistas digitales, aplicaciones y las redes sociales virtuales.

El contenido digital es la información que se presenta en formato digital y que puede ser interpretada a través de signos y símbolos. El diseñador web Zeldman, (2004) señala que el contenido digital se refiere al texto, las imágenes, los videos y otros elementos que se utilizan para crear una página web o una aplicación móvil.

En el ciberespacio, los contenidos digitales se caracterizan por una amplia gama de servicios, productos e intereses de la sociedad en constante interacción cultural, económica, comercial y financiera. Este ecosistema digital, constituye un espacio público que requiere de constante estudio y análisis orientado al protocolo, el ceremonial y los eventos. Es un campo infinito de conocimientos e información, es una realidad virtual que se encuentra en el interior de los ordenadores y redes, donde se almacenan todo tipos de contenidos. Su despliegue ha dado origen a una nueva disciplina o ciencia que estudia e investiga la realidad social que se produce, donde millones de personas conviven e interactúan, denominada Netnografía (De Fresno, 2015, p.2003).

En este espacio público virtual, los públicos usuarios constituyen, reconocen y generan contenidos para servicios, programas, proyectos y aplicaciones informáticas desarrolladas en todos los ámbitos de la comunicación social, desde internet de las cosas, redes virtuales, Big Data, Inteligencia Artificial y sus perfiles institucionales en redes sociales Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube.

En este entorno se realizan los procesos de producción, distribución y consumo, se generan contenidos de los eventos y para la promoción de los eventos, se elaboran nuevas ideas, productos y servicios comunicativos de amplia significación cultural. Permiten el desarrollo de formas de participación digital colaborativa, donde los públicos usuarios se adaptan culturalmente a internet, crean contenidos en su navegación, rediseñan y producen nuevas ideas, productos y servicios dando paso al concepto de prosumidor. En este ecosistema el público comparte y cambia con facilidad de espacios digitales, intercalando organizaciones e instituciones mediáticas como comunitarias.

Se corrobora que los contenidos incluyen por su naturaleza información, productos y tecnologías relacionadas con la animación digital, el e-learning, los libros digitales donde se publican los resultados del evento, los contenidos informativos que circulan por la web, la música digital, la televisión y la radio digital, los portales y los juegos online.

En relación a la polémica conceptual del contenido digital y el diseño de contenido digital, es preciso reflexionar que ambas significaciones están relacionadas con la creación y promoción de informaciones en soporte digital, poseen fines estratégicos y son mediados por los contextos culturales, las tecnologías y los públicos usuarios de los eventos.

El diseño de contenidos se enfoca en la estructura, organización y presentación visual de la información digital que requiere del desarrollo de competencias profesionales, como diseño gráfico, diseño web, programación y usabilidad, que precisa de pruebas y modelación; mientras que los contenidos digitales se enfocan en el mensaje que se desea comunicar y requieren de competencias profesionales en la investigación, comunicación, escritura, capacidad de interpretación, producción de las ideas y edición.

Los contenidos que se comparten en los eventos virtuales se caracterizan por un conjunto de elementos que lo hacen único, entre ellos se identifican: lingüísticos (lenguaje escrito, audiovisual y el hipertextual), gráficos (imágenes, gráficos y animaciones, tipos de letras, símbolos), visuales (colores, formas y texturas) y sonoros (interactividad y usabilidad).

Este análisis permite repensar como intencionar en los contenidos, el sentido y el significado de cada evento para que los objetivos se cumplan. Para ello, la comunicación social de los eventos debe desarrollar contenidos y mensajes congruentes con los propósitos planteados, atendiendo a:

1. ¿Qué se quiere comunicar? Objetivo.
2. ¿Por qué se quiere realizar el evento? Fundamentación.
3. ¿Cuáles son las metas a alcanzar? Resultados que se esperan.
4. ¿Dónde se va a comunicar el evento? Espacios de comunicación del evento.
5. ¿En qué fecha se inicia la comunicación del evento? Calendario de comunicación del evento.
6. ¿Cuál es la marca gráfica del evento? Logo del evento.
7. ¿Cuál es la idea principal a transmitir en el evento? Mensaje central del evento.
8. ¿A quién va dirigido el evento? Públicos destinatarios del evento.
9. ¿Cómo se desea comunicar el evento? Plan de acción.
10. ¿Con qué recursos humanos, materiales y financieros cuenta? Presupuesto de comunicación del evento.

8.6 Actos protocolares

Los actos protocolares son aquellos eventos oficiales de las organizaciones a los que asistirán autoridades nacionales o extranjeras, motivo de conmemoraciones celebradas por organismos estatales, embajadas o consulados, instituciones, asociaciones gubernamentales o empresas.

Aspectos generales de los actos de inauguración y clausura de los eventos

Orden de la inauguración de los eventos

1. Himno Nacional de Cuba.
2. Presentación de la Presidencia.
3. Palabras de bienvenida y apertura a cargo del Presidente (a) del Comité Organizador.
4. Momento cultural.
5. Intervención sobre precisiones al Programa, en dependencia de la magnitud y tipo de acto o evento.
6. Conferencia inaugural a cargo de un especialista o personalidad reconocida en la rama de las ciencias a que se dedica la actividad.

Orden de clausura de los actos o eventos

1. Himno Nacional de Cuba.
2. Lectura de la relatoría del evento o de las ideas centrales del acto.
3. Momento cultural.
4. Palabras de clausura del evento a cargo de una autoridad designada.
5. Momento cultural de cierre.

8.7 Vocativos

Invocar es la forma de llamar o dirigirse a una persona, acogiéndose a una ley o una costumbre, donde se nombra o presenta a alguien que favorezca la credibilidad y reputación de la actividad. Es denominado este acto como los vocativos que tienen sus reglas para los discursos, siendo efectivo mencionar las principales personalidades que lo distinguen en orden de jerarquía, eso facilita una presentación ágil y amena, siempre haciendo alusión al nombre y apellidos de las personas y luego títulos y cargos.

Siempre se hace énfasis en los cinco primeros miembros de la presidencia y el resto de las autoridades asistentes al acto o ceremonia, se mencionarán por la denominación de distinguidos invitados que nos acompañan.

Cuando la autoridad o personalidad que conforma la presidencia tiene más de una responsabilidad, sólo se mencionará la de mayor rango, y en otras ocasiones se expresa sólo la responsabilidad que tiene relación con el acto, ya que es una figura pública que representa una actividad política, cultural o social determinada que le otorga créditos a la actividad.

El maestro de ceremonia no debe asumir en su discurso aspectos personales, debe ajustarse al guion de la actividad. Al presentar la presidencia debe tener claro la investidura o cargo de las personalidades para no omitir o cometer errores en el acto público.

El lenguaje de referencia hacia las personalidades principales, requiere de los vocativos de Señor, Señora, Magnífica, Señor Presidente, Señor Gobernador, Señor Vicegobernador, Señor Intendente, Señora Secretaria, en dependencia de los cargos públicos que poseen y sus distinciones en la sociedad.

8.8 Los eventos de Santiago de Cuba

La provincia de Santiago de Cuba se caracteriza por la realización de variados eventos culturales, científicos, técnicos, de educación, salud, deporte, agricultura entre otras modalidades. Se destacan los eventos universitarios, de ciencia, tecnología, cultura, patrimonio cultural, salud y agricultura:

Eventos

- Congreso Integracionista de las Ciencias y las Tecnologías Informáticas.
- Congreso Internacional de Psicología.
- Bienal en Santiago de Cuba.
- Taller Internacional de Psicología Latinoamericana y del Caribe.
- Congreso Caribeño de Hipertensión Arterial.
- Congreso Caribeño de ICTUS.
- Simposio Internacional de Comunicación Social.
- Simposio de la Cultura Africana Fernando Ortiz.

- Simposio Internacional de la actividad Subacuática: SIMPOSUB.
- Simposio Nacional e Internacional de Masculinidad y VIH.
- Simposio Nacional de la Red 26 de julio de 1953. REDIVIH.
- Convención Internacional de Ciencia y Conciencia de la Universidad de Oriente.
- Convención de Comunicación Social. Asociación Cubana de Comunicadores Sociales (ACCS).
- Conferencia de Electromagnetismo Aplicado.
- Conferencia Internacional de Manejo Integrado de Zonas Costeras.
- Festival Internacional de Documentales Santiago Álvarez in Memoriam.
- Festival Internacional Boleros de Oro.
- Festival del Caribe. Fiesta del Fuego.
- Festival de la Trova Pepe Sánchez.
- Festival Matamoros Son.
- Festival del Pregón –Tivoli.
- Festival de Coros de Santiago de Cuba.
- Festival de Jazz.
- Festival Santiago Creativo 2.0
- Taller Maestro y Sociedad y III Coloquio de la Educación de Adultos.
- Taller de Hipnosis Terapéutica y Técnicas Afines. Hipnosantiago.
- Taller de Culinaria.
- Taller de Ballet Folklórico Cutumba.
- Taller provincial de Ciencias Sociales.
- Taller provincial del Carnaval.
- Taller internacional de Industrias Culturales Creativas del Caribe y Latinoamérica.
- Mesa Redonda Madre de la Patria Mariana Grajales.
- Coloquio Internacional Joel James in Memoriam.
- Foro Social Universitario.
- Feria Internacional del Libro.
- Feria AGROSOS. Agricultura sostenible.

- Feria de Innovación.
- Feria de las Semillas, por la innovación.
- Feria Comercial. ExpoCaribe.
- Feria de Artesanía.
- Carnaval Santiaguero.
- Carnaval Infantil.
- Eterno Verano. Período vacacional.
- Bienal de Oralidad.
- Semana de la Francofonía.
- Encuentro de Ciudades.
- Encuentro Internacional Terracota.
- Encuentro Nacional de Conjuntos Artísticos.
- Encuentro Internacional Ciudad Imagen y Memoria.
- Encuentro Nacional Visión Múltiple de la Lucha Clandestina.
- Encuentro Provincial Monumento de mi Barrio.
- Encuentro Nacional de Fortificaciones.
- Encuentro de Programas Territoriales para los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Fiesta de la Bandera Nacional en los festejos de nuevo año.
- Días de grandes solemnidades: Navidad, Noche Buena (Noche Vieja), Pascua, Festejo de fin de año.
- Fiestas tradicionales de cumpleaños, bodas, aniversario de bodas.
- Fiestas infantiles.

8.9 El patrocinio y la publicidad en los eventos

La publicidad

La publicidad es una técnica de comunicación social que desarrolla las relaciones comerciales de las organizaciones, en función del plan de mercadotecnia. Expresa la identidad y cultura organizacional de la entidad o localidad que la ejerce en coherencia con la historia y tradiciones de la nación a la cual pertenece. Se presentan en los diversos espacios públicos físicos y digitales.

Por otra parte, la publicidad es una forma de transmisión de información, efectuada por un medio de comunicación social, pretende informar, persuadir a un colectivo, sobre determinadas formas de satisfacer ciertas necesidades latentes en la sociedad. La misma se determina por el contenido de interés público de las organizaciones, productos o servicios; por su destinatario, dirigida a organizaciones, empresas, consumidores; por la argumentación del discurso, orientada a la información, a la educación del consumo, a promover prestigio, generar valores y por la intensidad de los mensajes en los medios de comunicación social.

Por ende, la publicidad es un arte para inducir niveles de aceptación, compra y consumo de bienes espirituales y materiales. Se manifiesta a través de mensajes publicitarios de marca de productos y servicios, anuncios, promoción de ventas, publisreportaje, relacionadas con los eventos de las organizaciones de la provincia, los municipios y ciudades, así como campañas de bien público aprobadas con objetivos que responden al desarrollo local.

Beneficios de la publicidad

- La publicidad mejora la relación calidad-precio.
- La publicidad promueve la innovación.
- La publicidad desarrolla la libertad de elección.
- La buena publicidad forma e informa al consumidor.
- La publicidad puede revolucionar hábitos sociales.

El patrocinio

El patrocinio es una técnica de comunicación social con tres fases decisivas: la definición de los objetivos, la elección del soporte y el seguimiento de sus “efectos” en los medios de comunicación social y el comportamiento en el mercado nacional e internacional. Se considera la relación de intercambio a través de la cual el patrocinado recibe de una persona u organización un aporte financiero, de bienes o servicios y como contrapartida, el patrocinador obtiene notoriedad y difusión de su nombre, marca, producto o servicio.

El patrocinio se expresa a través de un convenio entre una persona, física o jurídica y otra con el fin de que la marca o el producto que desea promover la organización patrocinadora este presente, donde intervienen dos partes esenciales: el patrocinador, que financia el proyecto a través del contrato por los derechos de la imagen de la marca. Sus usos y media-

ciones culturales y el patrocinado, pone el escenario y soporte donde el patrocinador insertará sus mensajes. Teniendo como objetivos:

- Llegar al público seleccionado con la imagen de marca.
- Hacer que el producto sea atractivo.
- Lograr mensajes con eficacia, eficiencia y efectividad.
- Fortalecer la imagen organizacional, de los productos y servicios.
- Crecer en los niveles de preferencia.
- Mayor número de seguidores en las redes sociales.
- Obtener mayor promoción.
- Gestionar las ventas.
- Colaborar con las finanzas.
- Sostener el evento con calidad.

El patrocinio se puede clasificar

- Por su objetivo: de conocimiento del evento, organización, de la marca y su posicionamiento.
- Por el nivel de implicación: exclusividad, compartido (co-patrocinio).
- Por el soporte: producto, servicios, arquitectura, equipamiento, material gráfico, audiovisual, exposición, ropa, manualidades.
- Por el medio de comunicación social: TV, Radio, Prensa escrita, Internet.
- Por el público al que se dirigen: patrocinio cultural, patrocinio deportivo, patrocinio social, patrocinio educativo, patrocinio ecológico y medioambiental.

Los beneficios del patrocinio

- Visibilidad a corto plazo.
- Familiarización con la marca.
- Mayor nivel de percepción de la marca, producto, organización.
- Introducir en el mercado un producto o servicio nuevo.
- Preservación de la identidad de la organización.
- Protección de la propiedad de la marca.
- Aumento de la capacidad de aceptación-compra-decisión.
- Posicionamiento en el mercado y lugar de preferencia ante la competencia.

¿Qué debe tener una organización o persona para ser patrocinador?

- Voluntad de ser patrocinador y hacer un bien común.
- Ingresos superiores a los que posee el patrocinado.
- Prestigio y responsabilidad social.
- Ética y deontología.
- Cultura e imagen.
- Sostenibilidad.

Etapas para el diseño del patrocinio

I. Etapa

1. Buscar las marcas patrocinadoras atendiendo a su clasificación.
2. Estudio del mercado de los patrocinadores. Puntos fuertes y débiles.
3. Redacción y publicación de la convocatoria para patrocinios.
4. Definición de los objetivos del patrocinio.
5. Determinación de las ventajas de ambas partes. Ganar-ganar.
6. Elaboración de la carta de solicitud del patrocinio/auspicio destinada a los que respondan la convocatoria.
7. Diseño de la campaña de patrocinio.
8. Elaboración de los prototipos del patrocinio.
9. Firma del convenio /contrato del patrocinio.
10. Selección y contrato del espacio acorde a los requerimientos del patrocinador.
11. Carta y desarrollo del acto de declaración de patrocinadores.

II. Etapa

1. Encuentro con los patrocinadores y auspiciadores.
2. Rueda de prensa.
3. Desarrollo de la campaña del patrocinio.
4. Presentación del catálogo de visibilidad.
5. Intensificación del mensaje de las marcas.
6. Progreso del convenio-contrato del patrocinio.
7. Presencia en los medios de comunicación social y publicidad de la marca.

III. Etapa

1. Análisis de las tendencias de públicos, comportamientos, percepciones, ventas, seguidores, participantes presenciales, semipresenciales, en línea.
2. Evaluación de la presencia de la marca.
3. Palabras de agradecimiento al patrocinador a través de discursos, medios, soportes.
4. Invitación a los patrocinadores a la próxima convocatoria del evento.



Mesa y objetos ambientales de bronce de valor patrimonial

Los planos de mesas

9.1 Los planos de mesas

El plano de mesa establece donde se sentarán los invitados, la posición acorde a su jerarquía social. Se puede ubicar en la mesa las tarjetas con la posición de cada persona, de igual forma, se puede publicar el plano de mesa en soporte físico o digital en algunos de los espacios públicos del acto o evento. De forma muy personalizada puede enviar a través de las aplicaciones correspondientes el lugar que ocuparán antes de iniciar la actividad, en formato de imagen o un mapa de ubicación. En actividades de etiqueta pueden lograr personalizar servilletas con el nombre de la persona y el lugar que ocupará en la mesa. Las tarjetas de orientación se elaboran después de la confirmación de los invitados y de hacer el plano de mesa. En la figura 12, se presenta el modelo de plano de mesa de “herradura”.

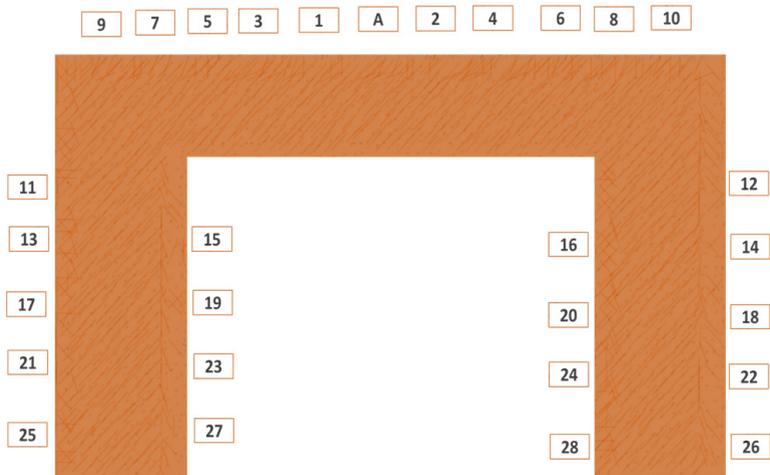


Figura 12. Mesa en forma de “herradura” utilizando los laterales de adentro y de afuera.

Fuente. Elaboración propia, 2024.

El anfitrión (A) comparte la presidencia de la mesa con el invitado de honor. (IH) Este formato es factible para comida de ejecutivos o encuentros de negocios. En la figura 13, se establece la posición del anfitrión y el invitado de honor promoviendo una comunicación horizontal y vertical con todos los públicos asistentes.

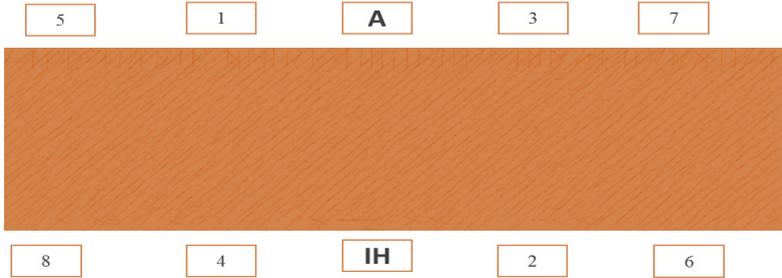


Figura 13. Mesa horizontal o rectangular utilizando los dos laterales.

Fuente. Elaboración propia, 2024.

Mientras el plano de mesa de la figura 14, posee un diseño circular que permite el contacto visual de todos los invitados desde cualquier posición que ocupan. Invitados y anfitriones, presentan una comunicación directa que facilita el intercambio.

Plano de mesa redonda

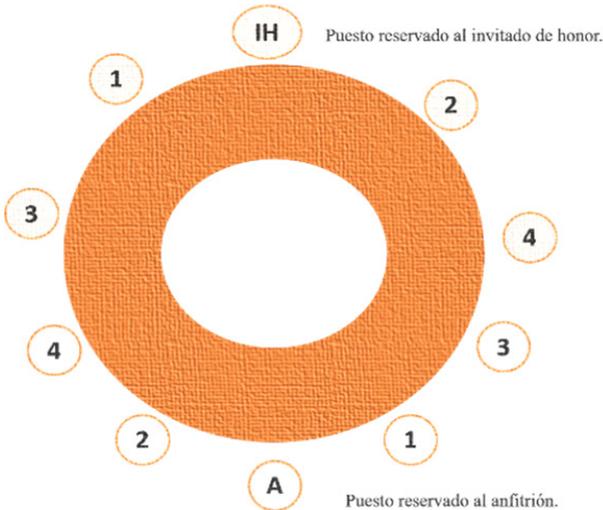


Figura 14. Mesa redonda para comida.

Fuente. Elaboración propia, 2024.

La figura 15, plano de mesa en forma de “T” es viable para comidas con un número grande de invitados con una mesa presidencial donde se incluyen otros invitados.

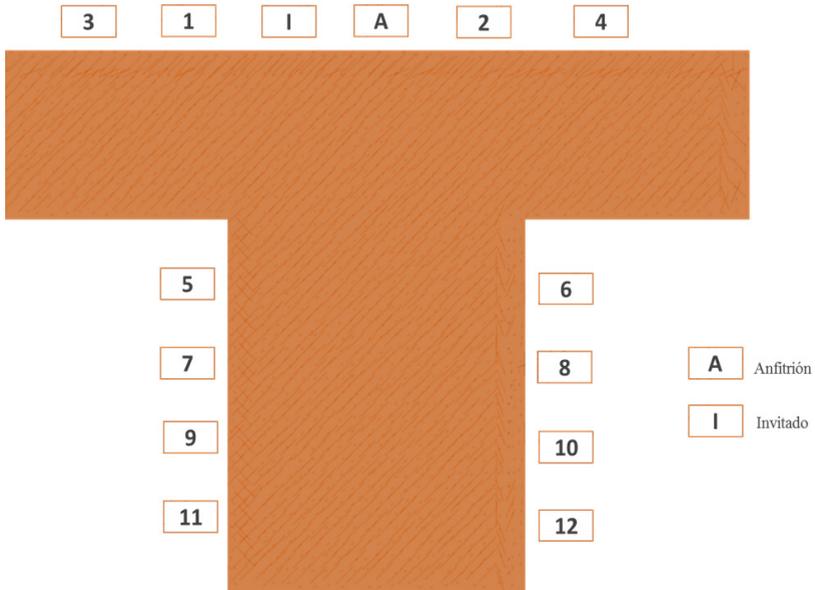


Figura 15. Mesa en forma de “T”

Fuente. Elaboración propia, 2024.

La figura 16, conserva el estilo horizontal de la mesa rectangular, donde todos los invitados de la presidencia comparten la misma línea de servicios. Este formato puede adaptarse para el uso de ambos laterales de la mesa cuando existe un número grande de invitados en la mesa presidencial.



Figura 16. Mesa rectangular para presidencia.

Fuente. Elaboración propia, 2024.

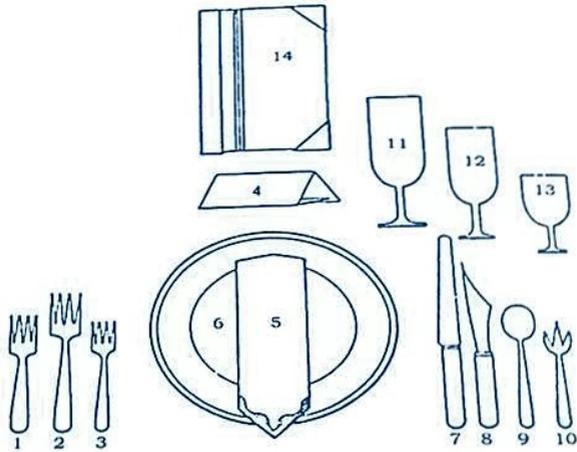
La colocación de los invitados en una mesa protocolar

La colocación de los invitados se realiza siguiendo las indicaciones de la presidencia, la precedencia y la planimetría para el montaje de una mesa protocolar. En un primer acto se dispone de las capacidades del espacio aprobado para esta actividad y sus condiciones, los objetos que debe tener en cuenta para el montaje de una mesa, la colocación de los platos, servilletas, cubiertos, vasos, platos.

- El mobiliario: tipo de mesas y sillas adecuadas al estilo del evento y sus características.
- La servilleta: se coloca doblada encima del plato o lo más corriente a su derecha.
- Los cubiertos: a la derecha del plato se coloca el cuchillo y la cuchara; a la izquierda, el tenedor con las puntas hacia arriba. Los cubiertos de postre se ponen horizontalmente, delante del plato. En eventos de etiqueta los cubiertos no se podrán hasta que se sirva el postre.
- Los vasos: el número de vasos no puede exceder de 4, se disponen de izquierda a derecha: frente a la punta del cuchillo y el vaso de agua, a su derecha el de vino tinto, después el del vino blanco y finalmente la copa de champán.
- El agua: se sirve unos minutos antes de servir la comida.
- El plato: delante de cada comensal, se coloca un sólo plato con la servilleta en el centro o a la derecha.

En un segundo acto, se ofrece un buffet frío y para beber jugo, diversos aperitivos y licores; en un tercer acto, se ofrece el plato principal en correspondencia con el menú seleccionado; en el cuarto acto, se dispone del postre y por último el café.

La figura 17, constituye un modelo para el montaje de una mesa, en ocasión de una comida formal, donde aparecen en detalles el orden que lleva cada objeto; cubiertos, vasos, copas, servilletas, platos. Asimismo, la imagen 42 y 43, ofrece una alternativa de montaje de una mesa para una comida en un espacio público abierto con distintos ambientes y decoraciones.



Comida oficial

- | | |
|---------------------------|--------------------------------|
| 1. Tenedor para pescado | 8. Paleta para el pescado |
| 2. Tenedor para carnes | 9. Cuchara para sopa o consomé |
| 3. Tenedor para ensaladas | 10. Tenedor para entrante |
| 4. Tarjeta de mesa | 11. Copa para agua |
| 5. Servilleta | 12. Copa para vino rojo |
| 6. Plato de presentación | 13. Copa para vino blanco |
| 7. Cuchillo para la carne | 14. Tarjeta de menú |

Figura 17. Montaje de una comida formal.



Imagen 42. Montaje de una comida formal. Hotel Meliá Santiago.

Fuente. https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&sca_esv=31c8de44b5795de-4&q=Fotografias+de+montaje+de+una+mesa+del+Hotel+Melia+Santiago,+Cuba



Imagen 43. Montaje de una comida formal

Fuente: <https://www.licorea.es/protocolo-en-la-mesa-reglas-y-etiqueta-mesa-formal/>

9.2 La conducta en la mesa

Las reglas para lograr un comportamiento correcto en una mesa son prácticas de la vida cotidiana:

- Sentarse no muy separado, ni muy próximo a la mesa.
- Mantenerse sereno.
- No abrir demasiado los brazos en la mesa y no colocar los codos en la misma.
- No dé la espalda a una persona para hablar con otra.
- No intente establecer conversaciones con personas alejadas de su mesa.
- La servilleta se desdobra en dos y se coloca sobre los muslos. Al terminar de comer dejar la servilleta en la mesa sin doblar.
- En la mesa los cubiertos están montados acorde a su menú, sólo tiene que usarlos en el mismo orden en que serán servidos los diferentes platos. No entretenerse con los cubiertos. El cuchillo no se debe llevar a la boca. Cuando no esté usando el cuchillo, colóquelo con el filo hacia dentro, en el borde superior del plato, a la derecha.
- No se sirva con los cubiertos suyos.

- Si desea consumir algo de lo que está en la mesa lejos de su alcance, pida apoyo al comensal que esté más cerca.
- No comer demasiado rápido, no hablar, ni ingerir bebidas, mientras tenga alimentos en la boca.
- No tratar durante las comidas temas desagradables o que puedan generar discusiones.
- Durante la comida no se fuma.
- El tiempo de sobremesa es de una hora.
- Evitar introducir dedos, palillos de dientes u otros objetos dentro de la boca.



Detalle de los capiteles de las columnas donde se observan las volutas estilizadas que imitan las hojas de acanto

Referencias bibliográficas

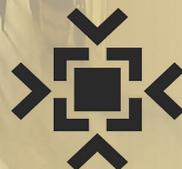
1. Alarico Gómez, C. (2006). *Gerencia de Eventos Especiales*. Editorial Panapo de Venezuela. C. A.
2. Archivo del Poder Popular Provincial. (1909). *Construcción edificio, Nro. 242*. Fondo Documental.
3. Archivo Histórico Provincial de Santiago de Cuba. (2024). *Libro de los Gobernadores*. Fondo Documental del Gobierno Provincial.
4. Benítez, I., Naranjo, W. y Garzón, G. (2020). Dinámica demográfica de la provincial Santiago de Cuba: un reto para el desarrollo territorial. *Novedades en Población*, 16(31), 1-17. <http://www.novpob.uh.cu>
5. Brull, M. y Lebeque. Y. (2018). *Folleto para la Organización de Eventos Científicos. Documento de Orientación*. Registro CENDA: 1071-4-20176.
6. Colectivo de autores. (2001). *Manual de Relaciones Exteriores de las Fuerzas Armadas Revolucionarias*. MINFAR.
7. Cuba. Asamblea Nacional del Poder Popular. (2019). *Constitución de la República de Cuba*. <https://www.parlamentocubano.gob.cu/index.php/constitucion-de-la-republica-de-cuba>
8. Cuza Sánchez, S. E. (s.f.). *Breve reseña histórica del Gobierno Provincial*. Fondo documental del Gobierno Provincial de Santiago de Cuba.
9. Fleury Meirelles, G. (2002). *Protocolo y Ceremonial. Normas, Ritos y Pompas*. (2da. Edición). STS Editora e IBRADEP.
10. Le Carre, C. (1999). *El Gran Libro de Etiqueta*. Editorial Concepts.
11. Lora Álvarez, M. (1999). La arquitectura de Carlos Segrera. Patrimonio cubano del siglo XX. [Tesis de maestría. Universidad de Oriente].
12. Lora Álvarez, M. y Lemos Frómata, C. M. (2012). *Carlos Segrera: arquitecto iniciador del progreso arquitectónico y urbanístico de Santiago de Cuba en el siglo XX*. Ediciones Alqueza.
13. *Manual de identidad visual*. (2024). Gobierno Provincial de Santiago de Cuba.
14. Morales Tejeda, A. L. y Rodríguez J., M. (2021). *Palacio Provincial de Gobierno de Santiago de Cuba*. (s.e.).
15. Oficina del Conservador de la Ciudad de Santiago de Cuba. (2002). *Guía de Arquitectura del Oriente Cubano*. Junta de Andalucía.
16. Palacio Provincial de Gobierno Santiago de Cuba. (2002). *Expediente de Declaración de Monumento Nacional*.
17. *Portal enciclopédico y divulgativo sobre protocolo oficial, social y empresarial, reglas de etiqueta, buenas maneras y habilidades sociales. Abreviaturas en tarjetas de invitación*. protocolo.org. <https://www.protocolo.org/social/correspondencia/tarjetas-de-visita-iniciales-a-utilizar-en-las-tarjetas-de-visita-su-significado.html>
18. Urbina, J. A. (2008). *El Gran Libro de Protocolo*. (s.e.).

Este libro introduce el tema del protocolo, ceremonial y eventos en la cultura organizacional del Palacio Provincial de Gobierno de Santiago de Cuba desde la memoria histórica de este inmueble y las formas de ejercer la gobernanza. Resultado de una investigación de comunicación social con enfoque histórico y cultural. Requirió del análisis de contenidos de documentos historiográficos de diversas épocas y curaduría de datos de archivos institucionales y personales, entrevistas, consulta de libros y manuales de protocolo de autores nacionales y extranjeros. Escrito de forma didáctica, utiliza el lenguaje visual para una mayor comprensión del lector.

ISBN: 978-959-207-779-9



9 789592 077799



Ediciones UO