

Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

sphera.ucam.edu

e-ISSN: 2695-5725 • Número 21 • Vol. II • Año 2021 • pp. 147-171

El protocolo como estudio en la universidad. Análisis de presencia e implantación en la oferta formativa de las universidades españolas

Andrea Moreno Cabanillas, **Universidad de Málaga (España)**
amorenoc@uma.es

Antonio Castillo Esparcia, **Universidad de Málaga (España)**
acastilloe@uma.es

Recibido: 07/10/21 • Aceptado: 11/12/21 • Publicado: 23/12/21

Cómo citar este artículo: Moreno Cabanillas, A. y Castillo Esparcia, A. (2021). El protocolo como estudio en la universidad. Análisis de presencia e implantación en la oferta formativa de las universidades españolas, *Sphera Publica*, 2(21), 147-171.

Resumen

El protocolo es una disciplina que ha ido insertándose progresivamente en el ámbito de la comunicación, alejándose de una visión más asociada a la diplomacia y al derecho. La organización de eventos supone una actividad profesional muy significativa, por lo que supone de movilización de recursos económicos y personales y de gestión de la comunicación en las organizaciones. Esa presencia social y empresarial se ha reflejado en la creciente atención en las universidades en formar a profesionales del protocolo que satisfagan las necesidades formativas de las organizaciones. Así, la universidad española ha aumentado su formación en expertos de protocolo y en organización de eventos. Los resultados muestran que las universidades privadas son las que más materias ofrecen sobre protocolo y organización de eventos y que la mayoría de las asignaturas se integran en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.

Palabras Clave

Protocolo, universidad española, oferta formativa

Esta publicación cuenta con la financiación del Ministerio de Universidades a través del programa de Formación del Profesorado Universitario (FPU2019-00526)

The protocol as a study in the university. Analysis of presence and implementation in the training offer of Spanish universities

Andrea Moreno Cabanillas, **Universidad de Málaga (España)**
amorenoc@uma.es

Antonio Castillo Esparcia, **Universidad de Málaga (España)**
acastilloe@uma.es

Recibido: 07/10/21 • Aceptado: 11/12/21 • Publicado: 23/12/21

How to reference this paper: Moreno Cabanillas, A. y Castillo Esparcia, A. (2021). El protocolo como estudio en la universidad. Análisis de presencia e implantación en la oferta formativa de las universidades españolas, *Sphera Publica*, 2(21), 147-171.

Abstract

Protocol is a discipline that has been progressively inserted in the field of communication, moving away from a vision more associated with diplomacy and law. The organization of events is a very significant professional activity, due to the mobilization of economic and personal resources and the management of communication in organizations. This social and business presence has been reflected in the growing attention paid by universities to training protocol professionals to meet the training needs of organizations. Thus, Spanish universities have increased their training in protocol experts and event organization. This training involves the introduction of degrees, subjects and competencies that train professionals and offer them tools for the development of this activity. In order to check the degree of implementation of protocol and event organization in Spanish universities, the communication degrees have been analyzed on the basis of a series of variables such as the type of university, the type of degree, the credits of the subjects or the competencies. The results show that private universities are the ones that offer more subjects on protocol and event organization and that most of the subjects are integrated in the Degree of Advertising and Public Relations.

Keywords

Protocol, Spanish university, training offert

1. Introducción

En estas fechas se están cumpliendo los cincuenta años de la llegada de los estudios de comunicación a la universidad española, que se concretaron en la Universidad Complutense de Madrid (UCM), la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) y la Universidad de Navarra. Durante los últimos años se han producido profundas evoluciones auspiciadas por los cambios en los marcos legislativos de la universidad y por las modificaciones de los planes de estudio merced al progreso de la teoría y la práctica de la comunicación.

El ámbito de la comunicación ha sido una de las disciplinas que más transformaciones ha visto en las últimas décadas debido a las profundas modificaciones de su objeto de estudio que han exigido unas continuas adaptaciones a las teorías y a las rutinas profesionales (Almansa-Martínez y Athaydes, 2012; y Armendáriz, 2015).

Por ello, es necesario revisar cómo se encuentra la disciplina de la comunicación y sus diferentes ámbitos de capacitación en teoría, historia, estructura y contextos profesionales. En esa evolución algunos campos se han potenciado, otros han sufrido reducciones y también han surgido espacios comunicativos que aparecen como respuesta a las demandas de la sociedad. Sin embargo, existe una permanencia, más o menos, inalterada sobre esos escenarios comunicativos como son el periodismo, la comunicación audiovisual, la publicidad y las relaciones públicas.

En esta investigación se va a profundizar en el contexto del protocolo y la organización de eventos como actividad profesional que se ha integrado en el conjunto de acciones comunicativas y que se estructura alrededor de la organización de los espacios, las personas y los tiempos en actos institucionales, pero también, en los ámbitos empresarial y social. Esa generalización del protocolo en la esfera privada demanda ampliar los fundamentos teóricos que deben ir más allá de los institucionales para insertarse dentro de la lógica de las organizaciones.

2. Marco teórico

Fruto de esa creciente complejidad del hecho comunicativo es la capacidad de la comunicación para conectar y organizar a las personas en entornos organizativos en los que se desarrollan actividades sociales que suponen una intención subjetiva y, que hace necesario ordenar la distribución de los espacios. Así, el protocolo ha evolucionado desde una perspectiva del ceremonial para, sin abandonar esa acción en las instituciones del

Estado, insertarse en el devenir de las organizaciones y los eventos que en ellas se organizan (Borau-Boira, 2021; Castillo-Esparcia y Fernández-Torres, 2015, Miquel-Segarra y Gonçalves, 2019).

En este sentido, el papel del protocolo es esencial en la gestión de los públicos de las organizaciones (relaciones públicas) para poder realizar una adecuada estrategia de comunicación (Almansa-Martínez, & Fernández-Souto, 2020). Desde esta perspectiva, numerosos autores han apelado a que el protocolo y la organización de eventos forman parte de la estrategia de relaciones públicas de las organizaciones y como tal deben integrarse como una más de las acciones de comunicación. Así, Otero señala que:

“El protocolo es (...) un aliado de primera magnitud para las Relaciones Públicas institucionales de cara a presentar fielmente la identidad organizacional a sus públicos, ya que permite definir y transmitir con exactitud su ubicación en el imaginario social común, no sólo por el valor que tiene en sí misma, sino en relación con el de otras organizaciones con las que convive. Pero además de identificar y situar su posicionamiento, que es tarea propia del protocolo, el ceremonial nos permite saber más de los valores, principios y objetivos de la entidad emisora de la comunicación a través de planteamientos estéticos y funcionales, desde el tipo de música o decoración empleadas al grado de solemnidad y boato con que se lleva a cabo la acción” (Otero, 2000: 381).

No hay que olvidar que cualquier organización comunica en su globalidad y con todas sus acciones y no solo con aquellas que están específicamente planificadas dentro del plan de comunicación. Se comunica con los espacios, se comunica con la atención a los públicos, se comunica con nuestra sede, con la señalética. En definitiva, con numerosas acciones pasivas y activas que muestran su identidad (Cabrera-Cabrera y Almansa-Martínez, 2016; Puentes-Rivera, Hernández-Martínez y Cuenca-Fontbona, 2020).

En tal sentido, el protocolo debe integrarse en la estructura comunicativa puesto que de su planificación surgen innumerables acciones de comunicación, tal como señala el investigador Hernández:

“área perteneciente al departamento de RR.PP. de una organización de enseñanza superior, pública o privada, encargada de la organización de actos y/o de las relaciones institucionales con otras organizaciones y sus públicos, tanto internos como externos. Esta labor requiere el conocimiento de las normas de precedencias y usos sociales, el respeto a las tradiciones y costumbres del lugar y la defensa de los principios de la organización, reflejadas en las

normativas internas y estatutos. Junto con otros departamentos vinculados a las RR.PP. y la comunicación, como el de prensa o el de marketing, su función principal es, a través de sus actuaciones –que consisten fundamentalmente en la organización de actos públicos–, proyectar una imagen adecuada de la organización y sus dirigentes, prestigiándola frente a sus públicos” (Hernández, 2007, 108-109).

Así, ya existen numerosos autores (Laforet, 1997; Marín Calahorro, 1997; Otero, 2000) que han señalado que hay que superar la perspectiva tradicional del protocolo que lo asocia a la diplomacia, el derecho público, las relaciones internacionales sin insertarlo como una actividad de comunicación. Ahora, el protocolo es uno de los instrumentos al servicio de la comunicación y las relaciones públicas y, supone una gestión de la comunicación verbal y no verbal de las organizaciones. Para ello, desarrolla y planifica una serie de parámetros de regulación y ordenación que persiguen dar realce a los actos planificados por las instituciones y las organizaciones. Tal como señala Otero (2006, 262):

“es una técnica de comunicación no verbal que ordena los ámbitos espacio-temporales en que se desenvuelve el poder establecido en cualquiera de sus manifestaciones, así como la plasmación en imágenes del sistema de poderes recogido en nuestra Constitución, y ha de reflejar fielmente la identidad del Estado”.

En el libro blanco de la Comunicación realizado en 2005 por encargo de la ANECA para reestructurar los estudios de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas se plantean una serie de parámetros que pueden condicionar la evolución de los estudios y que supone una revisión de la evolución de los estudios de comunicación y, el establecimiento de una serie de recomendaciones sobre los nuevos planes de estudio. En este sentido, ante la interrogante de la posible unión de los tres grados, en el informe se aboga por el mantenimiento actual “no se recomienda la agrupación de las titulaciones, es decir, se considera conveniente mantener las tres de forma independiente atendiendo a la evolución propia de estas disciplinas, pese a que, en un principio, antes de la reforma de los últimos planes de estudios, el primer ciclo podía ser común en buena parte de los centros para las tres carreras (Libro Blanco Comunicación, 2005, 15-16). Eso supone el mantenimiento de una estructura en la que cada título dispondrá de unas recomendaciones de organización, de competencias generales y

específicas y de perfiles profesionales (Medina González, Almansa-Martínez & Castillo-Esparcia, 2020).

Por lo que respecta al ámbito del protocolo, solo se recogen referencias en la propuesta del grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Así en la materia Fundamentos, estructuras y organización de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, se plantea la necesidad de disponer de Capacidad para la organización, ejecución y evaluación de eventos, cuidando especialmente su diseño, control de costes y protocolo. Es una referencia genérica y asociada a la organización de eventos sin hacer ningún tipo de apelación a la palabra protocolo. Se realiza desde una perspectiva comunicativa y como los eventos ayudan a la actividad de relaciones públicas.

Asimismo, en la materia Fundamentos y técnicas de la estrategia de la comunicación se contempla la competencia de Habilidad para gestionar el tiempo, con capacidad para la organización y temporalización de las tareas. Es también una referencia muy ambigua y que puede asociarse a la organización temporal de cualquier tarea asociada a las relaciones públicas.

La evolución de la inserción del protocolo en los estudios de comunicación ha seguido una curva ascendente en las últimas dos décadas. Así, en el estudio de Sierra y Sotelo (2008) se señala que el 26,8% de las universidades españolas, que disponen de los grados en cuestión, ofertan entre alguna de sus tipologías de asignaturas (troncales, obligatorias u optativas) la materia de protocolo.

Posteriores estudios (Herrero, 2013) han ampliado ese porcentaje al 51,05% en las universidades españolas que disponen de estudios de comunicación. Esa evolución es clara y supone que la materia de protocolo se ha asentado como disciplina en los grados en comunicación.

Por lo que respecta a los posgrados, la evolución también es de expansión ya que ha pasado de ofertarse de 10 (Sierra y Sotelo, 2008) a 13 universidades (Herrero, 2013).

De una situación en la que el protocolo y la organización de eventos se inserta dentro de la propuesta curricular de un grado se ha pasado a una oferta de grados con la denominación de protocolo. Eso supone un salto cualitativo puesto que disponer de un grado que contenga en su denominación la expresión protocolo implica un reconocimiento institucional relevante. En este sentido, Rodríguez-Fernández y Castillo-Esparcia, (2020) señalan que existen seis grados que contienen la expresión protocolo.

Asimismo, el protocolo y la organización de eventos se han convertido en un motor económico para organizaciones, ciudades y países que moviliza a personas y a

organizaciones alrededor de temáticas de toda índole. Eso supone disponer de profesionales que sepan organizar, planificar y desarrollar eventos en aras a la mejora de la comunicación de las organizaciones. Tomando como referencia datos del año 2019, España es una de las potencias mundiales en la organización de eventos al ocupar el cuarto país del mundo que más congresos se organizan en su territorio.

IMAGEN 1. Ranking de países y ciudades en la organización de Congresos

ICCA Statistics 2019 Top 20 Country and City Rankings							
	1	Paris	237		1	U.S.A.	934
	2	Lisbon	190		2	Germany	714
	3	Berlin	176		3	France	595
	4	Barcelona	156		4	Spain	578
	5	Madrid	154		5	United Kingdom	567
	6	Vienna	149		6	Italy	550
	7	Singapore	148		7	China-P.R.	539
	8	London	143		8	Japan	527
	9	Prague	138		9	Netherlands	356
	10	Tokyo	131		10	Portugal	342
	11	Buenos Aires	127		11	Canada	336
	12	Copenhagen	125		12	Australia	272
	13	Bangkok	124		13	Republic of Korea	248
	14	Amsterdam	120		14	Belgium	237
	15	Seoul	114		15	Sweden	237
	16	Dublin	109		16	Austria	231
	17	Athens	107		17	Switzerland	221
	18	Rome	102		18	Argentina	214
	19	Taipei	101		19	Poland	213
	20	Sydney, NSW	93		20	Brazil	209

Fuente: ICCA, International Congress and Convention Association, 2020.

Y si se hace alusión a las ciudades se observa que Barcelona y Madrid se encuentran en la cuarta y quinta posición, respectivamente. Eso supone disponer de profesionales preparados para satisfacer las necesidades organizativas de las organizaciones que participan en esos eventos.

3. Caso de estudio

En primer lugar, se ha llevado a cabo una investigación exploratoria sobre trabajos académicos y artículos en revistas indexadas relativas a la temática de protocolo y organización de eventos, así como de estudios del ámbito de docencia en el área. Todo ello, con la finalidad de obtener una base teórica sobre la que contextualizar el presente estudio y realizar una investigación de los trabajos publicados con anterioridad.

Para el cumplimiento de los objetivos antes señalados, se ha desarrollado una investigación basada en una metodología analítica-descriptiva. Al efecto, se ha realizado un análisis de contenido como método del trabajo, ejecutando una revisión de las programaciones docentes de las asignaturas relacionadas con “protocolo y organización de eventos” en los grados de comunicación seleccionados: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, Grado en Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual.

Para conocer qué universidades ofrecían estas titulaciones oficiales se ha procedido a la búsqueda de las mismas a través de la aplicación “QUEDU: Qué Estudiar y Dónde en la Universidad” del Ministerio de Universidades. Esta consulta se ha realizado en el mes de septiembre de 2021 y se han obtenido datos básicos para comenzar el análisis de las programaciones dentro de la página web de cada una de estas universidades.

La muestra ha sido un total de 59 universidades, tanto públicas como privadas, y un total de 124 grados de comunicación. De los grados analizados se han podido identificar 30 asignaturas que guardan relación con la materia, teniendo solo acceso a 26 guías docentes. Para ahondar en la información académica, el análisis únicamente se ha limitado a extraer la información publicada en las webs de las universidades y en las propias guías docentes extraídas de las materias de protocolo y organización de eventos en cada grado de comunicación.

Con estos datos ya establecidos se ha creado una ficha de análisis compuesta por 17 variables, recogidos en la ficha que se ha ejecutado en todos los casos disponibles, durante la primera semana del mes de octubre de 2021. Dichas variables se estructuran conforme al siguiente contenido:

1. Datos de identificación de la asignatura, entre los que se incluyen la denominación de la asignatura, grado al que pertenece, tipología de la universidad en la que se inserta en el plan de estudios, el número de créditos ECTS que se le asignan a la materia, el curso en el que se imparte, el carácter de la asignatura, la temporalidad y el idioma de impartición.
2. Datos sobre la guía docente, cuestionando si se tiene acceso o no desde el plan de estudios o página web.
3. Datos sobre los objetivos de la asignatura, conociendo su articulación en la guía docente.
4. Datos sobre las competencias, objetando si se distingue entre competencias generales y específicas y conociendo su articulación en la guía docente.

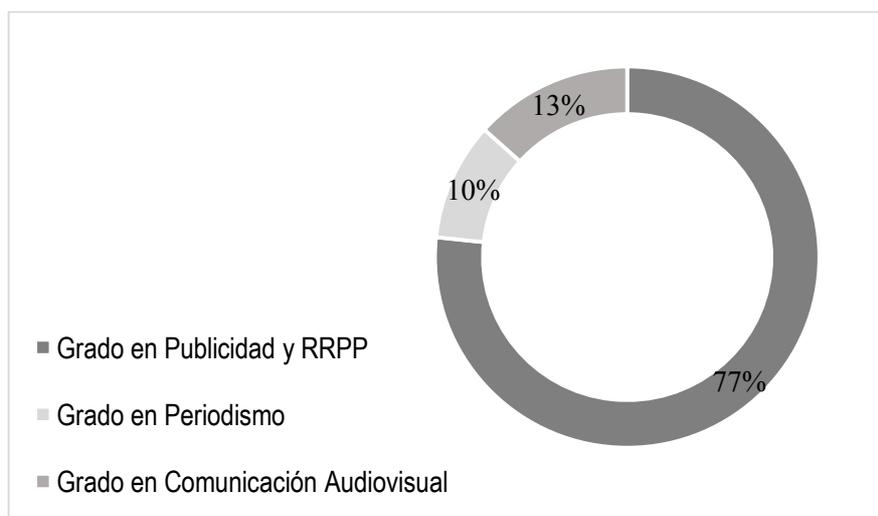
5. Datos sobre los resultados de aprendizaje, conociendo su articulación en la guía docente.
6. Datos sobre el contenido de la asignatura, conociendo cuál es el número de temas que se articulan.
7. Datos sobre los sistemas de evaluación de la asignatura conociendo cuáles los sistemas que se aplican mayoritariamente.
8. Datos sobre la bibliografía de la asignatura, objetando si distingue entre bibliografía básica y bibliografía complementaria y conociendo cuáles son los tipos de bibliografía que se presentan mayoritariamente.

4. Resultados

En la actualidad, las diferentes universidades españolas ofrecen materias de protocolo en 30 de ellas, siendo 19 universidades privadas (63,33%) y 11 universidades públicas. Eso significa que las universidades privadas disponen de una oferta de asignaturas en protocolo casi el doble que las universidades públicas.

Si se atiende al grado en el que están insertadas las materias de protocolo (gráfico 1) tanto en las universidades privadas como en las públicas se encuentran sobre todo en el grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Así, el 76,66% de las asignaturas están incluidas en grados de Publicidad y Relaciones Públicas, el 13,33% en el Grado de Comunicación Audiovisual y el 10% en el Grado de Periodismo.

GRÁFICO 1. Distribución de los grados en comunicación que ofertan la asignatura de protocolo.



Fuente: elaboración propia

Las asignaturas analizadas dentro de los grados han proporcionado datos denominativos y definatorios del carácter de las mismas dentro del plan de estudio. En este sentido, se observa como mayoritariamente la denominación de la asignatura es “Protocolo y organización de eventos”.

El número de créditos más frecuentemente asignado (tabla 1), según el *European Credit Transfer System*, es de 6 (70%, n=21), frente a 3 (23,3%, n=7), 4,5 (3,33%, n=1) y 18 (3,33%, n=1). La diferencia entre universidades públicas y privadas reside, sobre todo, en la asignación popular de 6 ECTS en la pública excepción de la Universitat Jaume I cuya asignatura tiene un total de 4,5 ECTS y la Universidad de Valladolid con 3 ECTS. Mientras que, en las universidades privadas también se oferta este tipo de asignatura en bastantes titulaciones con un valor de 3 ECTS (n= 6). Sorprende el gran número de créditos que se le otorga en la Universidad de Mondragón, 18 ECTS, cifra que triplica la media de créditos asignados, en su mayoría.

TABLA 1. Distribución de los ECTS que se le otorga por grado y tipo de universidad.

N.º de ECTS	Publicidad y RRPP		Periodismo	Comunicación Audiovisual		Total	%
	U. Pública	U. Privada	U. Privada	U. Pública	U. Privada		
	3	1	4	1			
4,5	1					1	3,33
6	8	9	2	1	1	21	70
18					1	1	3,33
Total	10	13	3	1	3	30	100

Fuente: elaboración propia

Sobre el carácter de la materia (tabla 2), se observa una clara diferencia entre el tipo de universidad, pues solo en la Universidad pública de Girona esta asignatura es de obligatoriedad, mientras que en varias universidades privadas tiene carácter obligatorio (n= 5). Por otro lado, el 80% (n= 24) de las asignaturas ofertadas son optativas, dándole la posibilidad al alumno de escogerla o no.

TABLA 2. Distribución del carácter de asignatura impartida por grado y tipo de universidad.

Carácter de la asignatura	Publicidad y RRPP	Periodismo	Comunicación Audiovisual	Total	%
---------------------------	-------------------	------------	--------------------------	-------	---

	U.	U.	U. Privada	U.	U.		
	Pública	Privada		Pública	Privada		
<i>Obligatoria</i>	1	4			1	6	20
<i>Optativa</i>	9	9	3	1	2	24	80
<i>Total</i>	10	13	3	1	3	30	100

Fuente: elaboración propia

Si se examina el curso en el que se suele impartir esta asignatura (tabla 3), se llega a la conclusión de que su periodo más frecuente es en el segundo ciclo, ya sea en 3º o en 4º, independientemente de la tipología de universidad, dado que es una asignatura de mayor especialización y de carácter optativo, y las primeras asignaturas suelen corresponder a formación básica en el área. El curso con mayor número de asignaturas de protocolo es 4º (66,67%, n=20), seguido de 3º (20%, n=6). En tercer lugar, se encuentra 3º o 4º, ya que se puede tratar de asignatura optativa en la que el alumnado puede elegir cuando quiere estudiarla. Sorprende la Universidad Camilo José Cela estableciendo en el segundo curso de su plan de estudio en el Grado en Comunicación Audiovisual esta asignatura.

Como cabe suponer al observar el número de ECTS asignados en general, la duración de la materia de la totalidad de la muestra estudiada es semestral (tabla 4). Sin embargo, no todas las universidades coinciden en el semestre que se imparte. El 60% (n= 18) de las asignaturas son impartidas en el 2º semestre, en tanto que el 40% (n= 12) se encuentra estipulada en el 1er semestre. Aunque no existe apenas diferencia en cuanto a tipos de universidad, si la hay en lo que respecta al Grado en Comunicación Audiovisual, en el que el total de sus grados que ofertan la asignatura lo hacen en el 2º semestre (n= 3).

TABLA 3. Distribución del curso en el que se imparte la asignatura por grado y tipo de universidad.

Curso en el que se imparte	Publicidad y RRPP		Periodismo	Comunicación Audiovisual		Total	%
	U.	U.		U.	U.		
	Pública	Privada	U. Privada	Pública	Privada		
2º					1	1	3,33
3º	2	3			1	6	20
4º	8	8	2	1	1	20	66,67
3º o 4º		2	1			3	10
<i>Total</i>	10	13	3	1	3	30	100

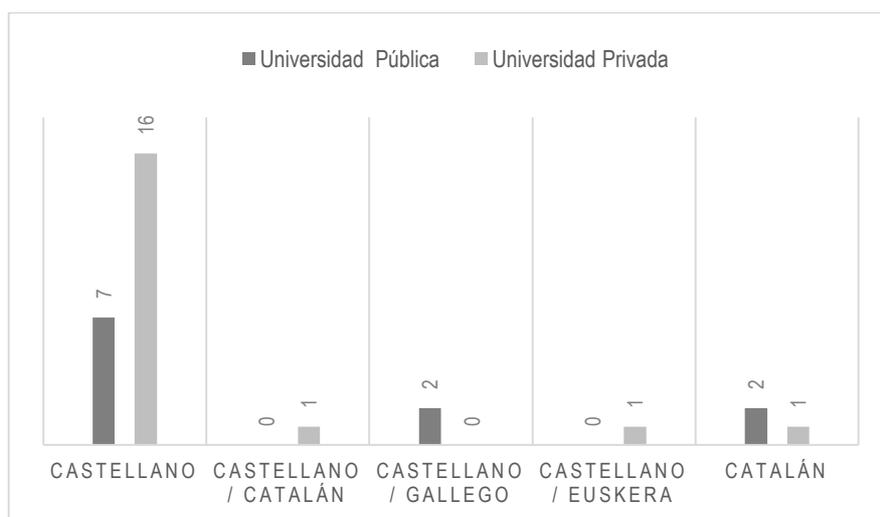
Fuente: elaboración propia

TABLA 4. Distribución del semestre en el que se imparte la asignatura por grado y tipo de universidad.

Temporalidad	Publicidad y RRPP		Periodismo	Comunicación Audiovisual		Total	%
	U. Pública	U. Privada	U. Privada	U. Pública	U. Privada		
	1er semestre	5	5	2			
2º semestre	5	8	1	1	3	18	60
Total	10	13	3	1	3	30	100

Fuente: elaboración propia

En el siguiente gráfico (gráfico 2), se ven reflejadas las lenguas utilizadas a la hora de impartir docencia en la materia. Como cabía esperar, el castellano se posiciona como la lengua más empleada (76,67%, n= 23), mientras que también se da el castellano junto a otras lenguas cooficiales, como son el catalán, gallego y euskera con 3,33% (n= 1), 6,67% (n= 2) y 3,33% (n=1), respectivamente. Por otro lado, destaca el uso del catalán en el Grado de Publicidad y RRPP en 2 universidades públicas y 1 privada como única lengua de impartición. No se contempla el inglés en ninguno de los grados analizados, siendo el español el único idioma de impartición.

GRÁFICO 2. Distribución del idioma en el que se imparte la asignatura por tipo de universidad.

Fuente: elaboración propia

Dentro de los planes docentes en cada grado analizado, no siempre se ha podido tener acceso, por lo que los siguientes resultados irán en función a una muestra total de 26 programaciones, 10 (38,46%) de universidades públicas y 16 (61,54%) de universidades privadas.

En cuanto a los objetivos, cabe destacar que no existe una presencia explícita en la mayoría de las programaciones docentes, solo 9 de las 26 analizadas contienen estos datos. Los más frecuentes (tabla 5) tienen relación con conocer los conceptos básicos relacionados con el protocolo y las definiciones acordes al campo (n=10) y, por otro lado, analizar o desarrollar un plan de gestión de eventos en función de unas características específicas (n=10). De igual modo, es importante conocer la legislación vigente en materia de protocolo (n=5) y aplicar los conocimientos adquiridos en la resolución de problemas a la hora de organizar un evento (n=4). Sin embargo, son objetivos bastante distintos entre sí los que cada universidad propone para llevar a cabo con la impartición de la materia.

TABLA 5. *Objetivos de la guía docente.*

<i>Objetivos</i>	<i>Frecuencia</i>
<i>Conocer algunos conceptos y definiciones esenciales relacionados con el Protocolo y sus técnicas, delimitando contenidos y nociones.</i>	10
<i>Analizar o desarrollar las directrices estratégicas que han de regir y guiar la gestión de eventos en función de la naturaleza, estructura, recursos y necesidades de cada organización y del ámbito de actuación.</i>	10
<i>Aplicar los conocimientos adquiridos a la resolución de problemas concretos en el funcionamiento de la organización de eventos de todo tipo de organizaciones.</i>	4
<i>Conocer la legislación vigente en materia de Protocolo, su interpretación y su aplicación en la organización de actos.</i>	5
<i>Otros</i>	14

Fuente: elaboración propia

En este sentido, cuando se presentan los objetivos, las universidades públicas los articulan en mayor número que las universidades privadas (tabla 6). Sin embargo, no es un dato que refleje una realidad completa puesto que sólo una universidad pública es la que presenta los objetivos frente a 8 privadas, de ahí que la media total se acerque más sin duda a las universidades privadas.

TABLA 6. *Número de contenidos por tipo de universidad.*

Tipo de universidad	Media objetivos
Universidad pública	8
Universidad privada	4,38
Total	4,77

Fuente: elaboración propia

Las competencias son el eje central sobre el que se sustenta el sistema Bolonia. Dada la importancia que tienen, se ven reflejadas en todas y cada una de las programaciones docentes analizadas. En cuanto a la diferenciación entre competencias generales y específicas (tabla 7) el 80,77% (n=21) presenta distinción, mientras que solo el 19,23% (n= 5) no articula esta distinción. Por tipo de universidad, en el caso de las públicas la presencia es del 80% (n= 8) y, en las privadas sube mínimamente al 81,25% (n= 13). Con respecto al tipo de grado, es únicamente Publicidad y RRPP en las programaciones docentes donde el 25% (n= 5) no articula separación entre competencias generales y específicas.

TABLA 7. Distribución de la distinción entre competencias generales y específicas en la programación docente de la asignatura por grado y tipo de universidad.

Distinción entre generales y específicas	Publicidad y RRPP		Periodismo	Comunicación Audiovisual		Total	%
	U. Pública	U. Privada		U. Pública	U. Privada		
	Hay distinción	7	8	2	1	3	21
No hay distinción	2	3				5	19,23
Total	9	11	2	1	3	26	100

Fuente: elaboración propia

Respecto a la redacción de éstas (tabla 8), hay que destacar en primer lugar que la competencia general que más se repite en las guías docentes es el trabajo en equipo (n= 16), dada la importancia en este tipo de profesión de un trabajo colaborativo entre varios cargos de una organización. Le sigue la capacidad de análisis y juicio crítico en segundo lugar (n=14). El resto de las competencias generales que se pueden observar se tratan de capacidades personales como aprendizaje autónomo, adaptación al entorno, conocimiento

teórico y práctico de la publicidad y las relaciones públicas, expresión correcta de forma oral, escrita y en otros soportes, aplicación de los conocimientos en la profesión, compromiso ético, liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor, además de otros. Destaca en especial la capacidad de “Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas” (n= 10) ya que en ningún momento se establece la palabra protocolo u organización de eventos, siendo esta la materia objeto de estudio. Dado la numerosa cantidad de competencias específicas establecidas en las guías docentes, se han tenido en cuenta solo las relacionadas estrictamente con protocolo, siendo comúnmente más presentada la “realiza la producción, organización, planificación y coordinación de las diferentes fases de un proyecto de comunicación, teniendo en cuenta los recursos humanos, técnicos y presupuestarios previstos” (tabla 9).

TABLA 8. Competencias generales.

<i>Competencia general</i>	<i>Frecuencia</i>
<i>Capacidad para trabajar en equipo</i>	16
<i>Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones</i>	9
<i>Capacidad de análisis y juicio crítico</i>	14
<i>Conocimiento teórico y práctico de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas</i>	10
<i>Capacidad de expresarse con corrección de forma oral, escrita y en soporte audiovisual o multimedia</i>	9
<i>Capacidad para que los estudiantes apliquen sus conocimientos a su trabajo de una forma profesional</i>	10
<i>Capacidad para desarrollar de compromiso ético, con actitudes críticas y responsables, respetando la igualdad de género, igualdad de oportunidades, respetando personas con discapacidad y calores propios de una cultura de paz y de los valores democráticos</i>	8
<i>Capacidad de liderazgo</i>	8
<i>Capacidad para el aprendizaje autónomo</i>	10
<i>Capacidad de iniciativa y de espíritu emprendedor</i>	9
<i>Otros</i>	13

Fuente: elaboración propia

TABLA 9. Competencias específicas vinculadas con protocolo.

<i>Competencia específica</i>	<i>Frecuencia</i>
-------------------------------	-------------------

Capacidad para aplicar la legislación básica que le afecta en la organización de eventos en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares	2
Capacidad para desarrollar técnicas instrumentales y metodológicas implicadas en la organización y producción de cualquier tipo de acto, de naturaleza oficial o no oficial, con una visión actualizada a los tiempos aplicadas a la organización de eventos habituales	3
Realiza la producción, organización, planificación y coordinación de las diferentes fases de un proyecto de comunicación, teniendo en cuenta los recursos humanos, técnicos y presupuestarios previstos.	4
Capacidad y habilidad para proyectar la imagen de la empresa y organizar los actos públicos y privados de las empresas e instituciones	2
Otros	7

Fuente: elaboración propia

A pesar del gran número de competencias específicas dispuestas en las guías docentes, un número muy escaso guardan relación estrictamente con el objeto de estudio. En este sentido, cuando se presenta la cantidad de competencias específicas vinculadas al protocolo, las universidades privadas los articulan en mayor medida. Existe una gran diferencia entre las universidades privadas y públicas que se puede ver en la tabla 10.

TABLA 10. Número de competencias específicas relacionadas con protocolo presentadas en las guías docentes por tipo de universidad.

Tipo de universidad	Media competencias específicas
Universidad pública	0,1
Universidad privada	1,06
Total	0,69

Fuente: elaboración propia

Si se atiende a conocer los resultados de aprendizaje, que son uno de los aspectos más importantes del “Plan Bolonia” junto con las competencias, y teniendo en cuenta que se

encuentran en bastantes programaciones docentes, 7 universidades públicas y 11 privadas del total de la muestra.

Los más frecuentes (tabla 11) tienen relación con la aplicación de conceptos teóricos dentro de la organización de eventos, es decir, poder desarrollar todo lo aprendido a la hora de llevar a cabo su organización y planificación, teniendo en cuenta sus recursos y los objetivos establecidos.

TABLA 11. Resultados de aprendizaje relacionados con el protocolo.

<i>Resultados de aprendizaje</i>	<i>Frecuencia</i>
<i>Conoce la complejidad de la organización de un evento, y lleva a cabo su organización y planificación, teniendo en cuenta sus recursos y los objetivos del evento.</i>	18
<i>Conoce las características y necesidades de un evento y realiza su promoción y difusión.</i>	13
<i>Aplicación de creatividad en proyectos y/o resolver problemas propios de la profesión de forma original y novedosa</i>	13
<i>Aplicar las precedencias en cualquier ámbito de la sociedad y su incrustación en diferentes actos.</i>	13
<i>Recordar y aplicar las disposiciones legales en materia de protocolo</i>	7
<i>Otros</i>	11

Fuente: elaboración propia

De este modo, cuando se presenta el número de resultados de aprendizaje relacionados con el objeto de estudio, las universidades públicas los articulan en mayor medida. Se puede ver en la siguiente tabla:

TABLA 12. Número de resultados de aprendizaje relacionados con protocolo por tipo de universidad.

Tipo de universidad	Media resultados de aprendizaje
Universidad pública	5,14
Universidad privada	3,55

Total	4,17
-------	------

Fuente: elaboración propia

La presencia de los contenidos de la asignatura se hace ver en el total de las programaciones docentes, siendo un aspecto muy importante, pues a partir de él, los alumnos podrán conocer qué tipo de temario abarcará la asignatura y en caso de que la asignatura sea optativa, si realmente les gustaría cursarla en base a ese contenido.

Sin embargo, la distribución del temario en cada caso es muy diferente (tabla 13), pues se establecen desde los 3 temas a los 17 temas. A tal respecto, hay que destacar que la mayoría de las asignaturas engloban su contenido en torno a 8 temas (23,08%, n= 6). Le siguen por mayoría 5 y 6 temas (19,23%, n= 5), 4, 7, 10 temas (7,69%, n= 2) y 3, 9, 14 y 17 temas (3,85%, n=1). Dado la diversidad del contenido de temario, no se establecen diferencias significativas ni por grado ni por tipo de universidad.

TABLA 13. Distribución del número de temas del contenido de la asignatura por grado y tipo de universidad.

N.º de temas del contenido	Publicidad y RRPP		Periodismo U. Privada	Comunicación Audiovisual		Total	%
	U. Pública	U. Privada		U. Pública	U. Privada		
	3 temas	1					
4 temas	1				1	2	7,69
5 temas	2	2			1	5	19,23
6 temas		2	1	1	1	5	19,23
7 temas	1	1				2	7,69
8 temas	2	3	1			6	23,08
9 temas	1					1	3,85
10 temas		2				2	7,69
14 temas	1					1	3,85
17 temas		1				1	3,85
Total	9	11	2	1	3	26	100

Fuente: elaboración propia

Los sistemas de evaluación son de igual forma, un aspecto sustancial en cualquier programación, debido a que constituyen el modo en el que se va a valorar, a través del

cumplimiento de los resultados de aprendizaje, la adquisición de las competencias previamente establecidas. En este caso, la gran mayoría de las guías docentes tenían explícitos sus sistemas de evaluación, tan solo 1 universidad privada de las 26 muestras analizadas no contaba con ello. En cuanto a los sistemas de evaluación más repetidos (tabla 15), destacaron exámenes con una frecuencia de 19 (24,05%), prácticas en 18 casos (22,78%), trabajos en grupos en 16 ocasiones (20,25%), presentaciones y participación con una frecuencia de 7 ambas (8,86%), además de otros tipos de evaluación en 6 casos(7,59).

TABLA 15. Tipos de sistemas de evaluación de la asignatura mayoritariamente utilizados.

Sistemas de evaluación	Frecuencia	%
Trabajo en equipo	16	20,25
Presentación / exposición	7	8,86
Prácticas / tareas	18	22,78
Examen	19	24,05
Estudio de caso	6	7,59
Participación	7	8,86
Otros	6	7,59
Total	79	100

Fuente: elaboración propia

Una cuestión de gran importancia también es conocer el número de sistemas de evaluación utilizados, puesto que numerosos sistemas usados implican un sistema complejo de medición del grado en el que se han adquirido esos resultados de aprendizaje. En este caso, las universidades privadas presentan un mayor número de sistemas de evaluación utilizados, aunque la diferencia no es muy grande con respecto a las públicas (tabla 16).

TABLA 16. Número de sistemas de evaluación usados por tipo de universidad.

Tipo de universidad	Media sistema de evaluación
Universidad pública	3
Universidad privada	3,27
Total	3,16

Fuente: elaboración propia

Con respecto a la bibliografía, base teórica sobre la que se sustenta el contenido de la asignatura, se ha podido comprobar que aparece, como era de esperar, en la mayoría de las programaciones docentes, exactamente en 21 de las 26 guías analizadas. Además de esto, se analizó la variable sobre la existencia de diferencia entre básica y complementaria (tabla 17). A tal efecto, en los casos analizados existe mayoritariamente esa diferenciación (66,67%, n= 14), sin embargo, se perciben diferencias entre universidades públicas (50% de presencia, n= 4) y privadas (76,92% de presencia, n= 10). No obstante, no puede evidenciarse una diferencia significativa. Abarcando el tipo de grado, se vuelve a notar una carencia en la distinción entre bibliografías en Comunicación Audiovisual, siendo solo el 50% (n= 1) el que muestra esa diferencia. En el grado en Periodismo, el total de sus asignaturas presentan bibliografía básica y complementaria, mientras que en Publicidad y RRPP el 35,29% (n= 6) no ofrece separación.

TABLA 17. Distribución de la distinción entre bibliografía básica y complementaria en la programación docente de la asignatura por grado y tipo de universidad.

Distinción entre básica y complementaria	Publicidad y RRPP		Periodismo	Comunicación Audiovisual	Total	%
	U. Pública	U. Privada	U. Privada	U. Privada		
Hay distinción	4	7	2	1	14	66,67
No hay distinción	4	2		1	7	33,33
Total	8	9	2	2	21	100

Fuente: elaboración propia

Si se atiende al tipo de bibliografía (tabla 18) que presentan las muestras analizadas en función del grado y tipo de universidad, se puede comprobar que en un 42,86% (n=9) de los casos que presentaban bibliografía, era de tipo tanto básica como complementaria. En segundo lugar, con un 28,57% (n=6), solo muestran bibliografía básica. Le sigue, no muy lejos, la bibliografía básica junto con complementaria y recursos web con un 19,05% (n=4) y, en último lugar, tan solo con un 9, 52% (n=2), además de lo anterior se añaden otras fuentes.

TABLA 18. Distribución del tipo de bibliografía temas de la programación docente de la asignatura por grado y tipo de universidad. Fuente: Elaboración propia

N.º de temas del contenido	Publicidad y RRPP		Periodismo	Comunicación Audiovisual	Total	%
	U. Pública	U. Privada	U. Privada	U. Privada		
	Básica	4	2			
Básica y complementaria	4	3	1	1	9	42,86
Básica, complementaria y web		3		1	4	19,05
Básica, complementaria, web y otras fuentes		1	1		2	9,52
Total	8	9	2	2	21	100

Fuente: elaboración propia

5. Conclusiones

Si se analiza en qué tipo de universidad se ofertan mayor número de asignaturas en protocolo se contempla que las universidades privadas acogen el 63,33% de las asignaturas, frente a un 36,66% en las públicas. Se puede señalar que la oferta formativa en protocolo recae en las universidades privadas, lo que puede ser consecuencia de una mayor relación con el entorno social y empresarial. En este sentido, las universidades públicas deben realizar un esfuerzo en ofertar una actividad profesional que indudable significación social con importantes implicaciones económicas y laborales. No hay que olvidar que los eventos son uno de las principales actividades de aumento en los próximos años y que redundan en la mejora de los flujos turísticos de ciudades y países por el alto poder adquisitivo de los participantes.

Si se estudia en qué disciplina de la comunicación se insertan las asignaturas de protocolo, los resultados señalan que el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas es el que reúne un mayor número de asignaturas. Así, el 76,66% de la oferta de materias de protocolo y organización de eventos se produce en el Grado de Publicidad y Relaciones, el 13,33% en el Grado de Comunicación Audiovisual y el 10% en el Grado de Periodismo.

La asignatura de protocolo sigue siendo en su mayoría (80%) una materia de carácter optativo, por lo que no se considera uno de los elementos esenciales en la oferta formativa cuando es innegable que toda organización planifica y ejecuta numerosos eventos a lo largo de su actividad. Eso supone todavía una visión del protocolo asociada a la organización de eventos en la esfera pública. Es necesario que esa perspectiva se supere cuando las jornadas de puertas abiertas, entrega de premios o visitas son eventos que se producen en cualquier organización y que hacen necesaria la gestión de las personas, de los espacios y de los tiempos para proyectar una adecuada actividad comunicativa.

Del análisis de las guías docentes se desprenden unos objetivos muy generales y de carácter introductorio sobre el protocolo. Así, el concepto del protocolo y su papel directivo son los principales objetivos planteados, sin apenas mención a sus fundamentos comunicativos y su inserción en el Plan de Comunicación de la organización. Los temas no plantean objetivos instrumentales y técnicos, sino que se organizan alrededor de aproximaciones conceptuales. Es necesario que se planteen unas propuestas formativas que también incidan en qué técnicas y cómo aplicarlas en el ámbito de la organización de eventos.

Sin embargo, del análisis de las competencias generales descritas en las guías docentes sobresale la capacidad de trabajar en equipo, la capacidad de análisis crítico y la capacidad para el aprendizaje autónomo. Y, sobre competencias específicas resaltan la producción y aplicación de un proyecto de comunicación a partir de los recursos humanos y económicos. Tanto en las competencias generales como en las específicas se adolece de destrezas más asociadas a la práctica profesional.

Respecto de la estructura de las asignaturas se encuentra una gran diversidad de temas que se abordan ya que hay asignaturas con tres temas y otras con diecisiete. La media es de ocho temas para explicar los contenidos de protocolo.

6. Bibliografía

Almansa, A. y Athaydes, A. (2012). “Los posgrados en relaciones públicas en las universidades españolas. Estudio sobre su situación y temáticas”. En Ordeix, E. y Rom, J. (ccord.): *La innovación en Relaciones Públicas. Actas del V Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas*, AIRP-Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas. Trípodos, 315-330

- Almansa-Martínez, A., & Fernández-Souto, A.-B. (2020). Professional Public Relations (PR) trends and challenges. *Profesional De La Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.03>
- ANECA. (s.f.). *Libro blanco de los Títulos de Grado en Ciencias de la Comunicación*. ANECA. Consultado el 1 de octubre de 2021. http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf
- Armendáriz, E. (2015). El nuevo perfil del profesional de la Comunicación y las Relaciones Públicas. Una visión desde la perspectiva del mercado. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 5(9), 153-178. <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-9-2015-09-153-178>
- Borau-Boira, E. (2021). La formación universitaria española sobre organización de eventos: retos del sector. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 5(9), 97-120. <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-21-2021-06-97-120>
- Cabrera-Cabrera, M. y Almansa-Martínez, A. (2016). El director de relaciones públicas en las grandes empresas españolas. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. VI, Nº 11, 113-134, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-11-2016-07-113-134>.
- Castillo-Esparcia, A. y Fernández-Torres, M. J. (2015). *Protocolo y relaciones públicas*. Editorial Síntesis.
- Corbacho-Valencia, J. M. (2013) El Protocolo en la docencia universitaria: la materia de Relaciones Públicas y Protocolo en el marco de la adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 121-128. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42017
- Hernández Martínez, S. (2007): Definición y significado de los gabinetes de protocolo de las universidades españolas como herramientas de las Relaciones Públicas institucionales, en *Sphera Publica*, núm. 7, pp. 97-110
- Herrero, J. C. y Perelló, M. M. (2016). La enseñanza del protocolo y la organización de eventos en el espacio europeo de educación superior: análisis comparado de los planes de estudio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 437-455. <https://doi.org/10.5209/ESMP.55606>
- Herrero, L. (2013). *La industria creativa de la Organización de Eventos y el Protocolo. Análisis bibliométrico de contribuciones académicas*. [Trabajo de Fin de Máster, Universidad de Alicante]. Repositorio Institucional UA. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/34020>

- Laforet, J. J. (1997). *Protocolo y medios de comunicación social*. Gran Canaria, Instituto Canario de Administración Pública.
- López-Berna, S.; Papí-Gálvez, N. y Martín-Llaguno, M. (2016). La revisión de los grados universitarios: valoración de la convergencia europea del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en España. *Doxa Comunicación*, 23, 47-71
- Marín Calahorro, F. (1997). *Fundamentos del protocolo en la comunicación institucional*. Madrid, Síntesis
- Marín-Calahorro, F. (2000). *Protocolo y Comunicación. Los Medios en los Actos Públicos*. Bayer Hnos. S.A
- Medina González, V., Almansa-Martínez, A., & Castillo-Esparcia, A. (2020). Gestión del conocimiento en las universidades: Comunicar en entornos digitales. *In Mediaciones De La Comunicación*, 15(1), 41 - 66. <https://doi.org/10.18861/ic.2020.15.1.2957>
- Miquel-Segarra, S. y Gonçalves, G. (2019). Análisis bibliométrico de tesis doctorales sobre Relaciones Públicas en España y Portugal (2006/2016). *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. IX, Nº 17, 25-48. <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-17-2019-03-25-48>.
- Moreno-Fernández, A.; Carrasco-Campos, A. y Saperas-Lapiedra, E. (2014). Los efectos del proceso Bolonia en el currículum de Relaciones Públicas. Análisis del estado de la cuestión. *Sphera Publica*, Junio, 163-184
- Otero Alvarado, M. T. (2000): *Teoría y Estructura del Ceremonial y el Protocolo*. Sevilla, Mergablum.
- Otero Alvarado, M. T. (2006). Relaciones públicas y gestión de públicos en eventos: los principios rectores del ceremonial y el protocolo. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 34, 255-269.
- Otero, M. T. (2009). *Protocolo y organización de eventos*. Editorial UOC
- Perlado, M. y Saavedra, M. (2017). *Los estudios universitarios especializados en comunicación en España*. UOC
- Portugal, M. C; Becerra, L; Victoria, J.S. (2016). El protocolo y el ceremonial como disciplina académica: análisis de los estudios universitarios oficiales en España. *Estudios Institucionales*, 3, 5. 137-156
- Puentes-Rivera I.; Hernández-Martínez, S. y Cuenca-Fontbona, J. (2020). Relaciones Públicas y asociacionismo académico en España: AIRP, la Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 10(20), 27-46. <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-20-2020-03-27-46>.

- Rodríguez Fernández, L.; Castillo Esparcia, A. (2020). Protocolo: análisis de los estudios universitarios oficiales en España. *Doxa Comunicación*, 30, pp. 211-227
- Romero-Rodríguez, L. M. y Fernández-Camacho, C. (2021). *Introducción a las Relaciones públicas*. McGraw Hill
- Sánchez-García, P.; García-Orosa, B.; López-García, X. y Vázquez-Rodríguez, A. (2019). Perfiles periodísticos emergentes reconocidos en la Universidad: investigación, conceptualización y oferta en el Grado. *Trípodos*, 45, 157-177
- Sierra, J.; Sotelo, J. (2008). El estado actual del protocolo a nivel jurídico y profesional. *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías Icono*, 14(11), 1-34