



Comunicación política y emigración. Acciones de relaciones públicas del gobierno de Galicia en las colectividades gallegas de Iberoamérica

Fernández-Souto, Ana Belén

Universidad de Vigo (UVigo)

abfsouto@uvigo.es

Puentes-Rivera, Iván

Universidad de Vigo (UVigo)

ivanpuentes@uvigo.es

Vázquez Gestal, Montse

Universidad de Vigo (UVigo)

mvgestal@uvigo.es

Forma de citar este artículo: Fernández, A., Puentes, I. y Vázquez, M. (2018). Comunicación política y emigración. Acciones de relaciones públicas del gobierno de Galicia en las colectividades gallegas de iberoamérica, *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, vol 01, núm. 022, 157-184. <https://doi.org/10.17979/redma.2018.01.022.4940>

Resumen:

La emigración gallega a América ha resultado tan importante a lo largo del siglo XX, que en muchos países de ese continente Galicia es denominada la madre patria y los españoles, por extensión, son conocidos como gallegos. Dada la importancia numérica y cualitativa, en cuanto a su peso en determinados sectores económicos, de emigrantes de esta comunidad autónoma en muchos países iberoamericanos, el

presente artículo analiza la trascendencia que la Xunta de Galicia (el gobierno autonómico) concede a esos emigrantes y a sus descendientes, con nacionalidad española, debido fundamentalmente al papel que juegan en los procesos electorales en España, en general, y en Galicia, en particular, voto que en elecciones municipales es determinante a la hora de elegir alcaldes y alcaldesas en varios ayuntamientos.

Para ello se analizarán las acciones comunicativas que se desarrollan al amparo económico de la Xunta en los centros gallegos (agrupaciones de emigrantes de este origen en cada país) y, sobre todo, las visitas institucionales de los Presidentes de Galicia a Iberoamérica.

Palabras clave: Emigración, Galicia, comunicación.

Abstract:

The Galician emigration to America has turned out to be so important throughout the XXth century that in many of these countries, Galicia is named “the native mother” and the Spanish, by extension they are known like “Galicians“. Considering the numerical importance of Galician emigrants in many Latin-American countries, we propose an article in which there is analyzed the importance that the politicians of Galicia grant to these emigrants and its progeny due to the role who can go so far as to play in the electoral processes in Spain, in general, and in Galicia, in particular. For it there will be analyzed the communicative actions that develop to the economic cover of the Galician autonomous government in these centers and, especially, the institutional visits of the Prime ministers autonomous to Latin America.

Keywords: emigration, Galicia, communication.

1. INTRODUCCIÓN

La importancia de la emigración en Galicia es bien conocida. El éxodo masivo de gallegos al exterior se desarrolló durante varias etapas y, si bien a principios del siglo XX los gallegos prefirieron desplazarse a la América Latina, ya en los años setenta, el principal destino para los emigrantes gallegos fue Europa.

En este artículo centramos el estudio en los emigrantes gallegos en Sudamérica y Centroamérica, en su gran mayoría afincados de forma definitiva en el país de acogida, donde formaron familias, establecieron sus vidas y, como lazo de unión entre sus dos países –el actual y el sentimental- crearon diversos centros y asociaciones donde realizan reuniones con sus paisanos gallegos y recrean actividades propias de la tierra natal.

Así pues, el trabajo se centrará en el análisis de los centros de emigrantes gallegos existentes en aquellos países donde el peso numérico de esta colectividad es mayor, es decir, Argentina, Brasil, Uruguay y Venezuela, analizando también los casos de Cuba y México como países centroamericanos donde el afincamiento de emigrantes gallegos se dejó notar en una mayor medida que en países colindantes. Para abordar el estudio se tomarán como referencia los datos de la web oficial de emigración de la Xunta de Galicia¹, de la que dependen las ayudas y gestiones institucionales de los diferentes centros de gallegos esparcidos por el mundo.

En definitiva, este artículo propone una reflexión sobre las acciones de propaganda y relaciones públicas desarrolladas en el contexto de la comunicación política que el Gobierno de Galicia lleva a cabo con los centros de emigrantes gallegos de Iberoamérica, analizando los tintes propagandísticos que imperan en la mayor parte de las acciones comunicativas generadas desde los propios centros asociativos, en su mayor parte financiados casi en exclusiva por el gobierno autonómico.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El principal objetivo (O1) de esta investigación, como se ha señalado, es realizar una radiografía de las acciones propagandísticas y de relaciones públicas desarrolladas en las últimas décadas desde la Xunta de Galicia hacia la comunidad gallega afincada en distintos países de Iberoamérica, haciendo especial hincapié en aquellos donde es más fuerte la presencia de emigrantes y descendientes de emigrantes gallegos con derecho a voto en España.

¹ <http://emigracion.xunta.gal/>

El segundo objetivo que se plantea la investigación (O2) es realizar un mapa temporal y espacial de las visitas institucionales que los Presidentes de la Xunta de Galicia han realizado a Iberoamérica desde el año 1990 hasta la actualidad.

Como tercer objetivo (O3) se plantea una reflexión sobre la evolución de las técnicas propagandísticas en este ámbito, estudiando la influencia de las nuevas tecnologías y formas de comunicación y, sobre todo, las tradicionales fórmulas de relaciones públicas aplicadas a la comunicación política, en la que el peso del candidato y las visitas físicas cobran un mayor peso, especialmente en los períodos intermedios entre unas elecciones y las siguientes.

La acotación espacial del estudio está marcada por la confluencia comunicativa existente entre el Gobierno de Galicia y los centros de emigrantes gallegos esparcidos por Iberoamérica. El marco temporal de la investigación abarca los mandatos de Manuel Fraga Iribarne como Presidente de la Xunta de Galicia (1990-2005) y los del actual Presidente, Alberto Núñez Feijóo, iniciados en 2009, ambos del Partido Popular, incluyendo, entre uno y otro, el gobierno bipartito de la Xunta (Partido Socialista y Bloque Nacionalista Galego), presidido por el socialista Emilio Pérez Touriño (2005-2009).

Respecto a la metodología aplicada en el estudio, es de destacar que se ha realizado una revisión de fuentes documentales con carácter científico para conocer el estado de la cuestión. A este respecto, cabe indicar que:

- a) Sobre los centros de emigrantes existen numerosas publicaciones, pues han sido analizados como lugares de reunión de emigrantes de todas las épocas y como espacios de construcción o refuerzo de identidades colectivas en el exterior (Martínez, 2011). Existen numerosos análisis y reflexiones sobre el papel social, cultural y económico de dichos centros, así como documentos científicos que analizan, desde el punto de vista histórico y/o propagandístico, el papel que estos centros han tenido en un determinado momento, tales como dictaduras en sus países de origen, reivindicaciones políticas o culturales, etc.

- b) También se debe indicar que no hay bibliografía específica sobre los centros de emigrantes gallegos y la acción de propaganda o relaciones públicas de la Xunta, con la excepción de los trabajos de Fernández-Souto (2008, 2012).

Para suplir esta carencia de fuentes documentales específicas, se ha acudido a fuentes institucionales, tanto de la propia Xunta de Galicia como de los principales centros de emigrantes de los países seleccionados.

Respecto a la muestra de países de Iberoamérica² a analizar, cabe decir que la selección se ha realizado en función del número de socios y centros gallegos existentes en cada uno de ellos, siendo los principales los siguientes: Cuba con 32 centros, México con 2, Chile con 3, Argentina con 64, Brasil con 22, Uruguay con 16 y Venezuela con 24.

Ante la imposibilidad de analizar toda la actividad comunicativa de esos centros, se ha tomado como muestra de las asociaciones de emigrantes una por país seleccionado, la que más socios tenga en cada uno de ellos, siendo, en concreto, las siguientes:

- Centro Gallego de La Habana (Cuba)
- Centro Gallego de México³
- Centro Gallego de Valparaíso (Chile)⁴
- Centro Gallego de Buenos Aires (Argentina)⁵
- Asociación Cultural Caballeros de Santiago (Salvador de Bahía, Brasil)⁶
- Centro Gallego de Montevideo (Uruguay)⁷
- Hermandad Gallega de Venezuela (Caracas, Venezuela)⁸

Cabe destacar que esta selección ha sido realizada en función del acceso electrónico de los propios centros de emigrantes, según su posición en Google, por lo que no se ha tenido acceso a los datos de las Asociaciones existentes en Cuba.

² <http://www.galiciaenelmundo.es>

³ <http://www.centrogallegodemexico.org>

⁴ <http://www.galicia.cl>

⁵ <http://www.centrogallegoba.com.ar>

⁶ <http://caballeros.galiciaabierta.com/es>

⁷ <http://www.centrogallegodemontevideo.com>

⁸ <http://www.lahermandadgallega.gal>

Además del análisis de las acciones comunicativas desarrolladas por los centros, se ha realizado un barrido hemerográfico en la prensa española sobre los viajes institucionales de los distintos presidentes de la Xunta de Galicia desde 1990 hasta 2017.

3. LAS ACCIONES DE RELACIONES PÚBLICAS AL SERVICIO DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y LA PROPAGANDA

En las visitas de miembros del Gobierno Gallego a los diferentes centros gallegos en el extranjero se observa el desarrollo de dos actividades principales, el encuentro personal con sus miembros, organizado a través comidas, reuniones, conferencias, mítines políticos, etc. y la concesión de ayudas y subvenciones destinadas a financiar el funcionamiento de los propios centros, así como la realización de diversas actividades sociales o culturales destinadas a sus miembros. Todas ellas acciones que se pueden encuadrar en la disciplina profesional de las relaciones públicas, empleadas en este caso al servicio de la comunicación política.

El uso de las relaciones públicas en el ámbito político, entendidas en la dimensión profesional que actualmente tienen, surge en España en los años 60, década en la que ciudades relativamente grandes como Barcelona, Reus, Tarragona o Santiago de Compostela se dotan de departamentos de este tipo, o al menos de una persona encargada de estas labores (Almansa, 2011). Será, no obstante, a partir de los años 80, con el desarrollo del actual período democrático y la creación, precisamente, de los gobiernos y parlamentos de las 17 comunidades autónomas reconocidas en la Constitución de 1978, cuando el uso de las relaciones públicas se generalice en el seno de la comunicación política.

En relación con esta expansión vertiginosa de los años 80, cabe indicar que existe también un cierto consenso teórico en vincular inexorablemente la existencia de las relaciones públicas con las libertades ciudadanas, es decir, con regímenes políticos democráticos, pues éstas sólo tienen razón de ser en contextos en los que se cultive la libertad de prensa, de información y, en definitiva, de expresión, ya que las relaciones públicas establecen diálogos bidireccionales entre las organizaciones y sus públicos, algo que, por definición, no se da en regímenes políticos autoritarios, que hacen de la imposición o el silenciamiento de la opinión pública su modus

operandi. “La noción de relaciones públicas nació en un marco democrático, donde la libertad de expresión y la igualdad política y social de todos los ciudadanos eran derechos reconocidos por la constitución” (Sotelo, 2001).

Tal y como señala Madison (2001: 636 y 640) “el propio fin de la democracia está íntimamente ligado al fin de las relaciones públicas. Un buen gobierno democrático mantiene relaciones sensibles con todos los estamentos y el público, basadas en el entendimiento mutuo y la comunicación bidireccional”, pudiendo afirmarse que la principal misión de los responsables de relaciones públicas en un gobierno es informar, “asegurar el flujo constante de información hacia personas dentro y fuera del gobierno”.

Desde este punto de vista, la existencia de las relaciones públicas en el seno de las instituciones se justifica en dos aspectos esenciales (Madison, 2001):

- La obligación que los gobiernos tienen en democracia de informar a los ciudadanos sobre el conjunto de sus actividades.
- La necesidad de apoyo y participación efectiva de la ciudadanía en los asuntos públicos como una parte fundamental para lograr una acción de gobierno eficaz. Aunque esto en ocasiones retrasa la acción legislativa o de gobierno, se compensa con el incremento de la sensibilidad de la administración hacia las preocupaciones ciudadanas y, derivado de ello, con un mayor grado de implicación e identificación de los públicos con ella.

Las diferentes perspectivas teóricas coinciden en señalar que “las relaciones públicas colocan a las instituciones al servicio del interés general” (Sotelo, 2001). Black (1994: 191) destaca cuatro objetivos básicos de las relaciones públicas en las instituciones locales:

- Mantener informado al pueblo de la política municipal y de las actividades cotidianas.
- Dar al público oportunidad de expresar sus puntos de vista sobre nuevos proyectos importantes antes de que se tomen las decisiones finales.

- Instruir al pueblo sobre la manera en que funciona el sistema de gobierno local e informarle sobre sus derechos y sus responsabilidades.
- Promover un sentimiento de orgullo cívico.

Para Madison (2001) las relaciones públicas en el caso de la administración tienen, independientemente del nivel del que se trate, al menos en común los siguientes aspectos:

- Informar a los ciudadanos sobre las actividades de la agencia del gobierno de la que se trate.
- Asegurar la cooperación activa en los programas del gobierno (por ejemplo, votando, depositando material reciclable en los contenedores destinados a este fin, etc.), así como la conformidad con los programas de normativa reguladora (por ejemplo, el uso obligatorio del cinturón de seguridad).
- Promover el apoyo de los ciudadanos a la política y programas establecidos (por ejemplo, la ayuda exterior).

Todos estos objetivos, misiones de las relaciones públicas en el ámbito político, esenciales para que la democracia funcione plenamente y en toda su esencia, encuentran siempre dos barreras que el profesional ha de vencer, la “apatía del público” y la “hostilidad legislativa” (Madison, 2001).

A diferencia de lo que sucede en otros ámbitos de la comunicación, en el caso de los profesionales de las relaciones públicas que prestan sus servicios en las instituciones, éstos no pueden conformarse con impactar positivamente sólo a una parte del público. Su misión de trabajar por el interés general y el deber de informar a la ciudadanía de la actividad de su institución, servicios que ofrece... hace necesario llegar a toda la población o, al menos, a la inmensa mayoría, lo que complica enormemente el trabajo.

A ello se le une lo que se ha denominado “apatía del público”, es decir, en general la actitud de esa gran mayoría de los ciudadanos hacia las administraciones no es positiva, sino que suele estar presidida, como mínimo, por la frustración o la impotencia ante una estructura que perciben como excesivamente burocrática, lenta

o ineficaz. En los casos más graves a ello se une una asociación de la administración y sus gestores con prácticas como la corrupción, la incompetencia, el nepotismo o el partidismo y subjetividad de los dirigentes políticos o de los propios funcionarios; algo que las diputaciones provinciales han padecido especialmente.

En segundo lugar, cabe señalar, como ya se ha indicado, la “hostilidad legislativa”. Efectivamente, pese a que las relaciones públicas surgen antes en el ámbito institucional que en el privado y pese a que son clave en la comprensión y aceptación de las políticas públicas por parte de la ciudadanía, la disciplina no tiene en la administración el mismo reconocimiento que en la empresa.

4. LOS CENTROS ASOCIATIVOS DE GALLEGOS EN CENTROAMÉRICA

En este epígrafe se realiza una reflexión sobre el papel comunicativo y propagandístico que juegan los distintos centros de emigrantes gallegos esparcidos por Iberoamérica. Por norma general, puede afirmarse que estas organizaciones surgen como fruto de las necesidades asociativas de los emigrantes y, a partir de ahí, se les atribuyen diversas actividades mutualistas, formativas, culturales e incluso asumen tareas de intermediación entre los gobiernos institucionales de España y Galicia y sus socios, facilitándoles el acceso a documentación y trámites e informando de la actualidad en la “madre patria”. Veamos algunos ejemplos:

4.1. Cuba

Según los datos recogidos en el portal de emigración de la Xunta de Galicia⁹, en Cuba a día de hoy existen 57 centros y asociaciones de gallegos. Pese a este dato oficial del Gobierno Gallego, cabe citar que en otras fuentes como Galicia en el Mundo¹⁰ se rebaja mucho esa cifra y se registran tan sólo 30 entidades repartidas bajo distintas denominaciones, desde Centros Gallegos, Sociedad Cultural Rosalía de Castro o Concepción Arenal, hasta aquellas más centradas geográficamente: Ayuntamiento de Cospito, La Golada, Lalín, Ourense...

Las principales acciones comunicativas que ejecutan estos centros de emigrantes se limitan a la organización de eventos, sobre todo en el ámbito cultural y deportivo,

⁹ <http://emigracion.xunta.gal/rexistro-galeguidade>

¹⁰ <http://www.galiciaenelmundo.es/centrosgallegos>

aunque también ofrecen actividades formativas vinculadas con la cultura gallega (idioma, baile, música...).

El caso cubano es un ejemplo paradigmático del peso que los distintos gobiernos de la Xunta dan a sus emigrantes y descendientes en el exterior, ya que es una de las comunidades con más visitas institucionales por parte de las autoridades gallegas, visitada por los tres últimos Presidentes de la Xunta, algunos incluso varias veces a lo largo de su mandato.

Así ocurrió con las primeras visitas que el Presidente Manuel Fraga realizó en los años noventa, cuando viajaba con un importante séquito de periodistas (*La Región*, 1991) de debido a las importantes expectativas que despertaban los encuentros entre Fraga y el entonces Presidente de Cuba Fidel Castro, o cuando se impuso a Manuel Fraga la distinción de Huésped Ilustre de la ciudad de La Habana (*El Correo Gallego*, 1991), lo que subrayaba, una vez más, la excepcionalidad del tratamiento dispensado al gobernante gallego (*Faro de Vigo*, 1991a). Este tipo de visitas institucionales se han venido repitiendo con posterioridad, tanto en el mandato de Emilio Pérez Touriño (2007) como en el de Alberto Núñez Feijóo en 2013 y 2016 (*Faro de Vigo*, 2016), pero no han llegado a tener la misma repercusión mediática que en el caso de Manuel Fraga, probablemente motivado por el peso específico que ambos políticos (Castro y Fraga) habían tenido en la historia reciente de sus países.

4.2. México

En México se contabilizan actualmente 5 centros de emigrantes gallegos, siendo uno de los principales el de Guadalajara y, el más numeroso, el de Ciudad de México, con un gran papel en el ámbito sociocultural de una de las ciudades más pobladas del mundo, especialmente en lo referente al ámbito cultural y deportivo. Pese a esta importancia, su peso en el entramado social es superado por la comunidad asturiana.

Las acciones de comunicación más habituales del Centro Gallego de México son conferencias, exposiciones, conciertos, actividades deportivas...El Centro nació en 1911 con “la fundación de una masa coral donde por medio de sus sentidas

composiciones se pueda recordar a la patria chica, siempre dentro del respeto y la obligación a la patria grande”¹¹. Desde entonces ha pasado por diferentes denominaciones hasta la actual. Entre sus actividades destaca también la edición de la revista *Anduriña*, boletín de información de dicha asociación. Tiene su propia web, aunque no siempre del todo actualizada y también un perfil en Facebook, donde dan cuenta de actividades y avisos de emergencia.

A mayores de estas acciones, también destacan la organización de eventos públicos en entornos culturales, deportivos y sociales.

También esta comunidad de emigrantes gallegos ha sido visitada por los distintos presidentes de la Xunta de Galicia, aunque no en tantas ocasiones como en el caso cubano.

4.3. República Argentina

Argentina es conocida como la quinta provincia gallega, después de A Coruña, Lugo, Ourense y Pontevedra, por la gran cantidad de emigrantes gallegos residentes en este país y asociados –en su gran mayoría- en los 106 centros de emigrantes existentes, según la propia Xunta.

Por ello, la preocupación por los emigrantes gallegos en este país fue y sigue siendo uno de los principales objetivos en este tipo de campañas desarrolladas por la Xunta de Galicia y así se demostró con acciones comunicativas y socioeconómicas que no se llegaron a materializar en otro tipo de comunidades emigrantes del mundo: la realización de un informe sobre emigrantes con dificultades para volver de Argentina a Galicia (*El Correo Gallego*, 1990^a; *La Región*, 1990a), la creación de un colegio gallego en Argentina (*El Progreso*, 1990b; *Faro de Vigo*, 1991b), único en toda la comunidad emigrante o la concesión al Centro Galego de Buenos Aires de la Medalla de Oro de Galicia en 1990 (*La Región*, 1990b), durante la primera legislatura de Manuel Fraga como Presidente de la Xunta, siendo la primera asociación de gallegos galardonada este reconocimiento.

Otro tipo de ayudas de las que se beneficiaron los emigrantes gallegos en Argentina, aunque en menor medida, también llegaron a otros países, como las ayudas

¹¹ <http://www.centrogallegodemexico.org/historia.html>

económicas a los propios centros asociativos de los emigrantes o las ayudas con la participación social en programas específicos gestionados por la Xunta de Galicia, caso de Reencontros¹², destinado al reencuentro de familiares separados por la emigración, así como ayudas unipersonales y familiares.

Las actividades que desarrolla este centro concreto no difieren mucho de las que se pueden encontrar en otras asociaciones de emigrantes: exposiciones, teatro, coro, música, cursos y talleres, además de una publicación propia, *Revista Galicia*.

En su propia web destacan que representan a casi cinco millones de gallegos, entre nativos y descendientes, por ello es uno de los centros más importantes y con mayor repercusión social.

Una de las razones de su nacimiento era dar cobertura sanitaria a sus asociados, lo que ha marcado su propia historia y desarrollo, así como la alfabetización en el inicio de su andadura en 1907¹³.

Tienen también página en Facebook, bastante activa, así como una canal de Youtube donde incorporan videos con muchas de sus actividades.

A mayores de las acciones comunicativas mencionadas, son muchos los eventos de relaciones públicas que organizan, especialmente en el ámbito de la educación y la formación, el deporte y la cultura.

La comunidad de emigrantes gallegos en Argentina, es una de las más visitadas por los representantes institucionales de Galicia y, al igual que en Cuba, ha sido frecuentada por todos los Presidentes de la Xunta analizados en esta investigación.

4.4. Brasil

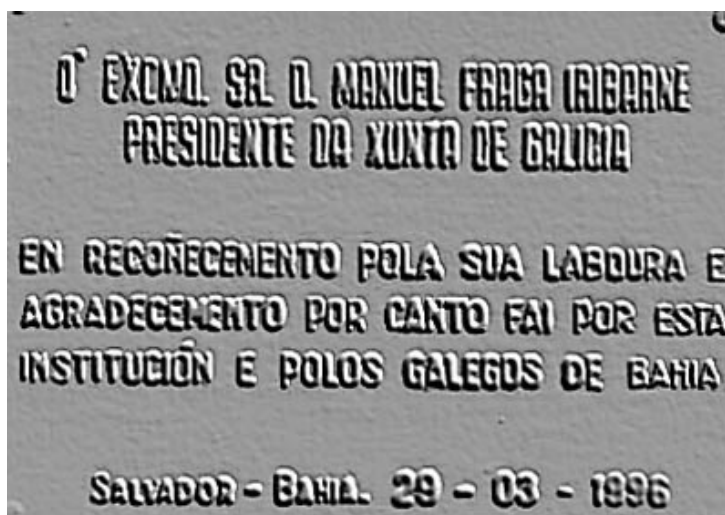
La comunidad gallega en Brasil supera las 100.000 personas censadas, repartidas a lo largo de un país que, por su gran tamaño, podría llegar a considerarse casi un continente. Estos emigrantes se agrupan en torno a los 28 centros asociativos existentes.

¹² <http://emigracion.xunta.gal/es/actividad/linea-de-ayuda/programa-viajes-reencontros-na-casa-residentes-exterior-2018>

¹³ <http://www.centrogallegoba.com.ar/#!/centro-gallego/historia>

Como reflejo de los resultados alcanzados por la Xunta de Galicia con este tipo de acciones y a modo de ejemplo, se muestra a continuación la fotografía de una placa conmemorativa instalada en el Centro “Caballeros de Santiago” en Salvador de Bahía, cuyo fin es reconocer la acción de Manuel Fraga como Presidente de todos los gallegos.

Imagen 1: Placa conmemorativa del Centro Gallego “Caballeros de Santiago”



Fuente: *Elaboración propia*

Las acciones de relaciones públicas de este centro son muy similares a las de los otros y ofrecen cursos de gallego, danza, gaita, teatro... pero también español, dada la particularidad de que Brasil tiene como idioma oficial el portugués.

Es de destacar que este centro cuenta con una página web propia, pero no utiliza las redes sociales.

Brasil también ha sido objeto de visitas institucionales por parte de los líderes políticos gallegos en numerosas ocasiones, especialmente los centros gallegos afincados en Sao Paulo y Salvador de Bahía.

4.5. Uruguay

Casi 400.000 personas procedentes de Galicia residen en Uruguay, donde cuentan con la entidad asociativa de emigrantes gallegos con mayor número de socios, la

Casa de Galicia de Montevideo¹⁴, que cumplió 100 años en 2017. Cabe destacar que el gran número de socios viene motivado fundamentalmente por su carácter mutualista y la asistencia en los nueve policlínicos que posee.

Organiza muchas actividades enmarcadas en la cultura y el deporte, entre las que destacan danza, ballet, cine, deporte, exposiciones, pintura, queimadas, cursos de gaita y baile o publicaciones. En su propia web ofrece, entre otras cosas, información acerca de las subvenciones que ofrece la Xunta de Galicia y que están vigentes en cada momento.

Imagen 2: Web de la Casa de Galicia de Montevideo con relación de ayudas ofertadas por la Xunta de Galicia a los socios



Fuente: www.centrogallegodemontevideo.com (20/09/2017)

En la web se incluyen también noticias, como la que se ve a continuación sobre la visita de Núñez Feijoo como líder del PP de Galicia.

¹⁴ <http://www.casadegalicia.org.uy/>

Imagen 3: Noticia sobre la visita del Presidente de la Xunta de Galicia en la página web del Centro Gallego de Montevideo



Fuente: www.centrogallegodemontevideo.com (20/09/2017)

4.6. Venezuela

Venezuela, importante cuna para los emigrantes gallegos, ya que en este país residen más de 100.000 ciudadanos de esta comunidad, cuenta con un total de 24 centros asociativos.

Tras el primer viaje de carácter institucional del entonces presidente Manuel Fraga, en septiembre de 1995, éste volvió a Caracas a finales del mismo año, donde se entrevistó con el Presidente de Venezuela, Rafael Caldera, quien le impuso la máxima distinción que concede su país, la Orden del Libertador, en reconocimiento a su brillante personalidad mundial y a la colonia gallega del país, una distinción que está reservada a Jefes de Estado (*Crónicas de la Emigración*, 2012). Desde entonces no se han producido más visitas de los titulares del ejecutivo gallego a este país, si bien hay una visita del Vicepresidente Alfonso Rueda en el año 2010, generadora de polémica entre los distintos partidos políticos, aunque la realizó en su condición de Secretario General del Partido Popular de Galicia y no de miembro del Gobierno.

El cetro La Hermandad Gallega cuenta con un boletín llamado “*Somos hermandad*” y organiza diversas fiestas con actividades deportivas y culturales, como el concurso anual “Miss Hermandad”, único de estas características en este tipo de centros. Cuenta con una página web muy accesible, pero no con redes sociales.

5. ANÁLISIS DE LA REALIDAD COMUNICATIVA DE LOS CENTROS DE EMIGRANTES GALLEGOS EN AMÉRICA LATINA Y SU RELACIÓN INSTITUCIONAL CON EL GOBIERNO DE LA XUNTA DE GALICIA

Tal y como se ha observado en el epígrafe anterior, la mayor parte de los centros y asociaciones de emigrantes gallegos surgen al amparo de la necesidad colaborativa de los socios y de un interés por mantener vivo el recuerdo de su tierra natal. Muchas de estas organizaciones nacen hace cien años y han evolucionado hasta nuestros días, dando cobijo a sus socios iniciales y fundadores, pero también a sus descendientes hasta terceras y cuartas generaciones. Este público resulta de gran interés para las instituciones públicas gallegas, ya que casi 400.000 gallegos residentes en el extranjero tienen derecho a voto su país de origen¹⁵ y es por ello que se convierten en un importante *target group* al que dirigir acciones propagandísticas y de comunicación política.

De entre estos recursos destacamos los de carácter económico, ya que la Xunta de Galicia cuenta con una partida especial destinada a los Centros objeto de estudio hasta el punto de que muchos de ellos sobreviven gracias a estas subvenciones institucionales. Para planificar y ejecutar estas acciones económicas, el gobierno de la Xunta cuenta con un organigrama específico creado en el primer mandato de Manuel Fraga, que ha venido perfeccionándose hasta la actualidad.

Desde un primer momento, el Presidente Fraga declaró que la historia reciente de Galicia no podía entenderse sin hacer referencia a la emigración (*La Voz de Galicia*, 1994) y que su preocupación y dedicación a ella ocuparía un papel destacado en su programa político. Así justificó Fraga el peso que se otorgaría desde su política social a los centros de emigrantes gallegos repartidos por todo el mundo. Para ello se creó una Secretaría específica, denominada *Secretaría para as Relacións coas*

¹⁵ La Ley 40/2006, del 14 de diciembre otorga la posibilidad de optar a la nacionalidad española a los nietos de españoles de origen, aunque ninguno de los progenitores haya nacido en España.

Comunidades Galegas, que dependía directamente de Presidencia y nacía al amparo del propio Presidente del Ejecutivo. Este era el organismo encargado de efectuar todas las gestiones con los emigrantes, ya fuesen comunicativas o de orden socioeconómico.

Posiblemente, como complemento a las actividades desarrolladas por esta Secretaría, la Xunta de Galicia propuso también la creación de una fundación para fomentar las relaciones con los emigrantes. La propuesta se concretaba en una futura Fundación Galicia, cuyo principal objetivo sería mantener entre las nuevas generaciones la memoria histórica de Galicia y de la emigración (*Faro de Vigo*, 1995). Sus estatutos fueron firmados en julio de 1996 por Manuel Fraga y el Presidente del Centro Gallego de Buenos Aires, Avelino García; contaba en sus albores con un patrimonio inicial de 350 millones de pesetas y comenzó con una sede oficial en Santiago de Compostela, además de una delegación permanente en Buenos Aires (*La Región*, 1996).

En definitiva, puede comprobarse que la promoción y creación de estos dos organismos, la *Secretaría para as Relacións coas Comunidades Galegas* y la Fundación Galicia, procuró impulsar la gestión de la mayor parte de las campañas del gobierno gallego dirigidas a los emigrantes de la comunidad, remarcando en todo momento la iniciativa institucional de la Xunta de Galicia y sus líderes, en este caso, el Partido Popular de Galicia y Manuel Fraga.

El inicio de estas actividades, durante los gobiernos de Manuel Fraga en la Xunta de Galicia, tuvieron su continuidad bajo los ejecutivos del socialista Emilio Pérez Touriño, que compartía gobierno de coalición con el Bloque Nacionalista Galego, y del también popular Alberto Núñez Feijóo, mejorando la accesibilidad a los contenidos a través de distintas páginas web dependientes de la *Secretaría Xeral para a Emigración* (a su vez, dependiente de la principal *Consellería*, la de Presidencia). De esta Secretaría¹⁶ cuelgan, a su vez, dos Subdirecciones la *Xeral de Xestión Económico-Administrativa e do Retorno* y la *Xeral da Emigración e das Comunidades Galegas*.

¹⁶ <http://emigracion.xunta.gal>

Esta estructura recoge, entre otros, un nuevo Plan Estratégico¹⁷ que quiere abrir sus puertas a la participación activa de personas y entidades de toda la sociedad gallega, y muy especialmente de aquellas relacionadas con su ámbito de actuación.

Asimismo, en la web oficial de la Xunta encontramos epígrafes específicos para este tipo de informaciones:

- A Xunta no exterior¹⁸
- Transparencia¹⁹
- Consello das Comunidades Galegas, creado en 2013²⁰
- Presencia en redes sociales, caso de Twitter²¹, Instagram²² y Facebook²³, con perfiles bastante activos que ofrecen información de forma bidireccional.

Esta organización institucional es la encargada de gestionar las líneas de actuación económica dirigidas a los emigrantes y sus centros asociativos, considerando que la práctica totalidad de estos centros de gallegos no podrían subsistir de no ser por las subvenciones económicas de la Xunta de Galicia que, al mismo tiempo, financia, en gran medida, todas las actividades culturales desarrolladas en estas instituciones siempre y cuando guarden una estrecha relación con la idiosincrasia y cultura gallegas. De entre estas acciones destacan las subvenciones presupuestarias, caso de: oferta de plazas en vuelos a España para los emigrantes gallegos (*El Correo Gallego*, 1990b), la equiparación de derechos de emigrantes y residentes gallegos, incluyendo el acceso a subvenciones y ayudas (*El Progreso*, 1990a), ventajas referidas al mutualismo, ayudas económicas destinadas a celebraciones y conmemoraciones festivas como el Día da Galicia Exterior y, sobre todo, las inversiones de la Xunta en ayudas para los centros de emigrantes esparcidos por todo el mundo a través de planes de acciones asistenciales, sociales, formativas, culturales, juveniles y de equipamiento de centros (*El Progreso*, 1992).

¹⁷ <http://emigracion.xunta.gal/files/paxina/35108-plan-estrategico-2017-2020-indice-1.pdf>

¹⁸ <http://emigracion.xunta.gal/a-secretaria/a-xunta-no-exterior>

¹⁹ <http://emigracion.xunta.gal/a-secretaria/transparencia/funcions-competencias>

²⁰ <http://emigracion.xunta.gal/a-secretaria/ccg/que-e>

²¹ <https://twitter.com/galiciaaberta?lang=es>

²² <https://www.instagram.com/galiciaaberta/>

²³ <https://www.facebook.com/GaliciaAberta/>

De la importancia económica de estas partidas da cuenta un dato del Diario Oficial de Galicia (DOG) que para el año 2017 publica la ejecución de ayudas a entidades gallegas por valor de 1.575.000 euros (*Diario de la Marina*, 2017). Además, otros departamentos de la Xunta (*Consellerías* de Economía y Empleo, Sanidad, Política Social, Medio Rural, etc.) realizan aportaciones directas e indirectas a estas comunidades, por lo que la cifra destinada por el Gobierno Gallego es sensiblemente superior.

De entre todos estos programas de ayudas a las comunidades gallegas en el exterior, quizás una de las que mayor acogida han tenido es el programa “Reencontros”, que como su nombre indica y ya se ha apuntado, pretende el reencuentro con la tierra y con la familia de los emigrantes gallegos mayores de 60 años que llevan más de medio siglo sin volver a Galicia (*Faro de Vigo*, 1993), junto con el de la convocatoria de plazas destinadas a hijos de emigrantes para que vengan de acampada a Galicia de forma totalmente gratuita.

Respecto al uso de medios audiovisuales en las acciones comunicativas, cabe subrayar que quizás la primera campaña dirigida a los emigrantes por la Xunta que utilizó de forma masiva los soportes audiovisuales fue la materializada durante las navidades de 1990 a 1991, fiestas en las que el Gobierno envió a cada uno de los centros gallegos un vídeo donde el Presidente felicitaba a todos los emigrantes la Navidad. Dicho vídeo fue calificado por alguno de esos emigrantes como de folclórico y tópico (*A Nosa Terra*, 1990), aspecto éste que no impidió que fuese emitido en diferentes canales televisivos y, desde luego, que fuese remitido a todos los centros asociativos de emigrantes gallegos repartidos por el mundo, lo cual permitió que todos ellos recibiesen la felicitación navideña en boca del propio Presidente.

Siguiendo con la cobertura audiovisual de las campañas dirigidas a la Galicia Exterior, debe reconocerse la importancia concedida en los medios de comunicación a algunos eventos organizados desde el ejecutivo gallego, tales como la celebración de congresos, seminarios, cumbres, reuniones, etc.

A mayores de estas actuaciones en materia de comunicación, no puede olvidarse la existencia de determinadas publicaciones (caso de revistas o periódicos propios de

cada centro asociativo en los que se hacen públicas informaciones, artículos, reportajes y demás referencias a Galicia y su gobierno autonómico) y emisiones televisivas y radiofónicas destinadas, en su mayor parte, a los emigrantes gallegos en el exterior, que funcionan en su práctica totalidad con financiación institucional procedente de la Xunta de Galicia; es el caso de programas de la Televisión de Galicia²⁴ o del propio centro territorial de Televisión Española en Galicia²⁵, que actúan, en muchos casos, como fuente informativa básica para los emigrados con respecto a su tierra y su origen; publicaciones como la mencionada revista *Alén*, cuyo *target group* son los emigrantes gallegos; o emisiones radiofónicas en países latinoamericanos, caso de Montevideo (Uruguay) o Buenos Aires (Argentina), donde los centros gallegos cuentan con un programa radiofónico semanal en gallego o, casos más recientes, con programas emitidos a través de Internet, como el del centro Caballeros de Santiago, en Salvador de Bahía (Brasil).

A mayores de estas acciones destinadas a los centros de emigrantes gallegos, cabe destacar la importancia que adquieren las visitas institucionales de los líderes políticos, quienes realizan viajes para reunirse con estas comunidades, normalmente justificados al amparo de un objetivo comercial, para facilitar la inversión a empresas gallegas, pero también con una clara finalidad propagandística.

Finalmente, hemos de destacar que estas líneas no van dirigidas exclusivamente a los centros de emigrantes ubicados en Iberoamérica y Centroamérica, puesto que sus políticas están abiertas a todos los centros. Sin embargo, es necesario recordar que el mayor número de asociaciones de este tipo, y aquellas más numerosas, se encuentran en este continente, lo que hace que las partidas presupuestarias destinadas a ellas sean mucho mayores que las planificadas para los centros de otros países.

²⁴ <http://www.lembrandoagalicia.com/web/>

²⁵ <http://www.rtve.es/television/tve-internacional/programas-series/desde-galicia-para-el-mundo/>

6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Dados los datos manejados, se plantea la discusión en torno a varios ejes:

1. El papel que juegan los centros de emigrantes gallegos en Iberoamérica. Tal y como se ha indicado, estos centros iniciaron su actividad como lugares de reunión y asociación para aquellos emigrantes procedentes de Galicia, en general, o de localidades específicas. Las asociaciones se fueron profesionalizando en diferentes ámbitos y actualmente realizan muchas de ellas acciones mutualistas, ofreciendo todas acciones de relaciones públicas enfocadas hacia el ámbito socio-cultural y deportivo.
2. La supervivencia de estos centros. Vinculado con el aspecto anterior, cabe destacar que estos centros se subvencionan fundamentalmente atendiendo a dos vías de financiación: la que recogen por sí mismos, especialmente claro en el caso de las mutualistas, y la que proviene de las subvenciones. Es en este punto donde el Gobierno de Galicia juega un papel fundamental en la supervivencia de las asociaciones.
3. Esta intensa preocupación por la existencia y subsistencia de los centros de emigrantes por parte de la Xunta de Galicia se evidencia con las constantes visitas de sus líderes y con el peso que los emigrantes pueden llegar a tener en los distintos procesos electorales. Así ocurrió en el gobierno de Fraga, cuando en 2005 dependió del voto emigrante para conseguir la mayoría absoluta (*El Mundo*, 2005).

Estas prácticas por parte de los gobernantes no están exentas de escándalos, puesto que gobierne quien gobierne la oposición encuentra aspectos criticables en su ejecución. Fraga fue objeto de numerosas críticas, especialmente las centradas en la cantidad numérica de viajes que realizaba y en escándalos referentes a la financiación de acciones y actividades en la Galicia Exterior. Estas críticas fueron también constantes en los posteriores gobiernos de Pérez Touriño y de Núñez Feijóo, a pesar de que nunca llegaron más allá de reproches de la oposición, preguntas en el parlamento y menciones en los medios de comunicación.

De entre las críticas más habituales sobre estos aspectos destacan aquellas en las que se acusa al partido gobernante de utilizar los recursos institucionales al servicio de su propio partido político. Así se acusó al Gobierno de Feijóo de utilizar dinero público para la financiación de los actos políticos de su partido (*El Plural*, 2015) o también de utilizar su posición institucional en beneficio del PP, incluso realizando actos propagandísticos en aviones privados de multimillonarios latinoamericanos (*Europa Press*, 2017); o de emplear los viajes institucionales en su beneficio particular hablando de negocios privados.

Estas críticas fueron constantes en los tres períodos de gobierno analizados y la reacción de los tres líderes políticos fue la misma, justificar su acción con la Galicia Exterior apartándose de las malas praxis de gobiernos anteriores (*El Correo Gallego*, 2008). Aun así, todas estas críticas llevaron al Gobierno Gallego a aprobar en 2010, a iniciativa del Parlamento, un Código Ético que regula los viajes al exterior de todos los altos cargos de la Xunta y los limita en período electoral (*El Correo Gallego*, 2011), normativa integrada posteriormente en el Código Ético Institucional de la Xunta de Galicia (Vicepresidencia y Consellería de Presidencia, 2014).

Sea como fuere, la política de la Xunta de Galicia para los centros de emigrantes y la acción exterior cuenta con una estructura organizativa e institucional cada vez más reforzada. Los emigrantes aparecen en los programas electorales y los propios actos propagandísticos se extienden allende en todo tipo de formatos: acciones meramente promocionales en los períodos electorales y acciones de presencia en los períodos entre elecciones, cuando los líderes políticos son más proclives a realizar esas visitas institucionales (la normativa también es más flexible) y, por lo tanto, a convertirse en los principales instrumentos al servicio de las campañas electorales. Buena muestra de ello pueden resultar las declaraciones de Manuel Fraga, quien afirmaba: “me gustaría partirme en pedazos, cosa que puede ocurrir cualquier día con este tipo de programas, para llegar a todos los sitios donde hay un gallego” (*La Región*, 1994; *Faro de Vigo*, 1994a). Pese a todo, las críticas de electoralismo protagonizaron gran parte de los viajes de

los distintos Presidentes a Iberoamérica, a pesar de los intentos de justificarlos en la búsqueda de un triple objetivo: el contacto con las comunidades de emigrantes gallegos, las reuniones institucionales y las operaciones encaminadas a promocionar las exportaciones de productos gallegos (*Faro de Vigo*, 1994b).

Parece claro que la Xunta de Galicia cuenta desde los años noventa con una estructura organizativa destinada única y exclusivamente a atender a la numerosa comunidad de emigrantes gallegos extendida por todo el mundo, especialmente en Iberoamérica.

Esta organización institucional presta respaldo a las políticas de los distintos partidos y líderes gobernantes en la Xunta de Galicia en los últimos 27 años, para quienes los centros de emigrantes constituyen unas auténticas embajadas no oficiales de Galicia y, sobre todo, unas localizaciones de posibles votantes y electores. Para ello, la institución aporta importantes recursos sociales y económicos de forma ininterrumpida a través de acciones económicas (subvenciones), pero también mediante acciones institucionales y políticas (viajes de los líderes a los centros gallegos) se persiguen oficialmente dos objetivos:

- a) El contacto permanente con las comunidades de emigrantes gallegos.
- b) La promoción de Galicia en el exterior (*Faro de Vigo*, 1994).

A pesar del establecimiento de estos objetivos, parece claro que la institución autonómica también aprovecha sus recursos con una clara finalidad propagandística, tanto desde el ámbito institucional de las entidades promotoras, en este caso la Xunta de Galicia, como del partido o partidos que específicamente la gobiernan, lo que provoca siempre, en todos los períodos, las críticas de la oposición.

Pese a todo, la maquinaria institucional de la Xunta de Galicia destina cada vez más recursos a atender la necesidades de este público objetivo tan concreto, lo cual da idea del peso que los centros de emigrantes tienen en el caso gallego.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

7.1. Fuentes bibliográficas

Almansa Martínez, A. (2011). Del Gabinete de Prensa al Gabinete de Comunicación. La Dirección de Comunicación en la Actualidad. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Black, S. (1994). Las Relaciones Públicas. Un factor Clave de Gestión. Barcelona: Colección Esade.

Fernández-Souto, A. B. (2012). El asentamiento de las bases de las relaciones públicas en la Xunta de Galicia de la «Era Fraga». Zer-Revista de Estudios de Comunicación, 9(17), pp. 101-120. Recuperado el 18 de mayo de 2018 de <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/5269/5125>

Fernández-Souto, A. B. (2008). Las acciones comunicativas dirigidas a los emigrantes desde la Xunta de Galicia durante las dos primeras legislaturas de Manuel Fraga como Presidente. En M. Lemos Martins y M. Pinto (Coords.), Comunicação e Cidadania. Actas do 5º Congresso da SOPCOM (pp. 1026-1040). Braga: Universidade do Minho. Recuperado el 18 de mayo de 2018 de <http://lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/view/93/94>

Madison, J. (2001). Gobierno y Política. En S. M. Cutlip, A. Center y G. M. Broom (Eds.), Manual de Relaciones Públicas Eficaces (pp. 635-668). New Jersey: Prentice Hall.

Martínez, B. O. (2011). Del casino al centro: el exilio republicano y el asociacionismo español en América. Historia Social, 70, pp. 155-173.

Sotelo Enríquez, C. (2001). Introducción a la Comunicación Institucional. Barcelona: Ariel.

Villafañe, J. (1998). Luces y Sombras del Corporate en España. En J. Villafañe (Coord.), El Estado de la Publicidad y el Corporate en España (pp. 219-234). Madrid: Telefónica.

Vicepresidencia y Consellería de Presidencia, Administraciones Públicas y Justicia (2014). Código ético institucional de la Xunta de Galicia. *Diario Oficial de Galicia*, 19 de septiembre de 2014, nº. 179, p. 41608. Recuperado el 10 de julio de 2018 de https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2014/20140919/AnuncioG0244-160914-0003_es.html

8.2. Fuentes hemerográficas

A Nosa Terra (1990, diciembre 28).

Crónicas de la Emigración (2012, junio 11). Rafael Caldera le condecoró con la "Orden del Libertador". Recuperado el 10 de julio de 2018 de <http://www.cronicasde laemigracion.com/articulo/galicia/rafael-caldera-condecoro-orden-libertador/20120117102207042839.html>

Diario de la Marina (2017, marzo 29). Galicia mantiene el Centro Gallego de La Habana. Recuperado el 10 de julio de 2018 de <https://eldiariodelamarina.com/galicia-mantiene-centro-gallego-la-habana/>

Diario de Pontevedra (2010, mayo 3). El BNG critica el "nulo resultado" del viaje de Feijóo a México. Ruiz Rivas defiende a Rueda. Recuperado el 10 de julio de 2018 de <http://diariodepontevedra.galiciae.com/noticia/65447/el-bng-critica-el-nulo-resultado-del-viaje-de-feijoo-mexico-y-censura-el-y-tu-mas-del>

El Correo Gallego (1990a, febrero 25), p. 12.

El Correo Gallego (1990b, noviembre 20), p. 13.

El Correo Gallego (1991, septiembre 25), p. 1.

El Correo Gallego (2008, mayo 21). Touriño defiende "con la cabeza alta" sus viajes a Latinoamérica. Recuperado el 10 de julio de 2018 de <http://www.elcorreogallego.es/portada/ecg/tourino-defiende-cabeza-alta-sus-viajes-latinoamerica/idEdicion-2008-05-21/idNoticia-302946/>

El Correo Gallego (2011, enero 8). La Xunta regula los viajes de sus altos cargos y limita su uso en período electoral. Recuperado el 10 de julio de 2018 de

<http://www.elcorreogallego.es/galicia/ecg/xunta-regula-viajes-sus-altos-cargos-limita-su-uso-periodo-electoral/idEdicion-2011-01-08/idNoticia-627542/>

El Mundo (2005, junio 19). Fraga depende de los emigrantes para conseguir mayoría absoluta. Recuperado el 10 de julio de 2018 de <http://www.elmundo.es/elmundo/2005/06/19/espana/1119203479.html>

El Plural (2015, octubre 11). Feijóo "envió 105.000 euros" a Argentina "para que le montaran una fiesta al PP". Recuperado el 10 de julio de 2018 de <https://www.elplural.com/2015/10/11/denuncian-dinero-publico-xunta-acto-pp-galicia>

El Progreso (1990a, octubre 10), p. 21.

El Progreso (1990b, octubre 24), p. 20.

El Progreso (1992, enero 22), p. 22.

Europa press (2017, agosto 21). El BNG insta a Feijóo a "abandonar el negacionismo" ante la emigración juvenil e impulsar un "plan retorna", Recuperado el 10 de julio de 2011 de <http://www.europapress.es/galicia/noticia-bng-insta-feijoo-abandonar-negacionismo-emigracion-juvenil-impulsar-plan-retorna-20170821132953.html>

Faro de Vigo (1991a, septiembre 30), p. 8.

Faro de Vigo (1991b, diciembre 10), p. 14.

Faro de Vigo (1993, noviembre 2), p. 11.

Faro de Vigo (1994a, marzo 21), p. 8.

Faro de Vigo (1994b, marzo 22), p. 14.

Faro de Vigo (1995, agosto 1), p. 18.

Faro de Vigo (2016, marzo 28). Feijóo visita Cuba en mayo para asistir a la cumbre de los gallegos del exterior. Recuperado el 10 de julio de 2018 de

<http://www.farodevigo.es/galicia/2016/03/28/fejoo-visita-cuba-mayo-asistir/1430564.html>

La Región (1990a, febrero 25), p. 21.

La Región (1990b, junio 24), p. 28.

La Región (1991, septiembre 5), p. 23.

La Región (1994, marzo 21), p. 16.

La Región (1996, julio 24), p. 37.

La Voz de Galicia (1994, octubre 7). El titular de la Xunta asegura que Galicia no puede entenderse sin la emigración, p. 21.

AGRADECIMIENTOS

Este artículo forma parte de los trabajos desarrollados en el marco de dos proyectos de investigación: "XESCOM: Red Internacional de Investigación de la Gestión de la Comunicación" (ED341D R2016/019), proyecto coordinado por el grupo Novos Medios de la Universidad de Santiago de Compostela, junto con los grupos iMARKA de la Universidad de A Coruña, CP2 y BiFeGa de la Universidad de Vigo, financiado en régimen de concurrencia competitiva por la Consellería de Cultura, Educación y Ordenación Universitaria de la Xunta de Galicia; y "DEBATv, Debates Electorales Televisados en España: Modelos, Proceso, Diagnóstico y Propuesta" (CSO2017-83159-R), proyecto de I+D+I (Retos) financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (MINECO) y la Agencia Estatal de Investigación (AEI) del Gobierno de España, con el apoyo del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea (UE).

CV DE LAS AUTORAS

Ana Belén Fernández-Souto

Licenciada y Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Vigo, de la que es profesora titular. Ha realizado estancias de docencia en diversas

universidades internacionales (U. Dámaso Alonso Larrañaga, Uruguay; U. Minas Gerais, Brasil; U. Costa Rica, Costa Rica; U. Dubrovnik, Croacia; U Autónoma de Querétaro, México; U. Nacional Autónoma de México, México; U. Católica del Norte, Chile; Lumsa Università, Italia; Universidad Autónoma, México; U. Fernando Pessoa, Portugal o Universidade de Minho, Portugal, entre otras), ha publicado varios libros y artículos de carácter científico centrados fundamentalmente en el ámbito de las relaciones públicas, el protocolo, la imagen de marca y la comunicación de crisis y es, además, coordinadora del grupo de investigación “CP2: Comunicación Persuasiva” de la UVigo.

Iván Puentes-Rivera

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, Máster en Investigación en Comunicación y Doctor en Comunicación por la Universidad de Vigo. Es profesor invitado y miembro del grupo CP2: Comunicación Persuasiva en la misma universidad, además de investigador en la Universidad de Santiago de Compostela, vinculado a la Red XESCOM. Es autor de diferentes artículos y trabajos sobre redes sociales y gestión de la comunicación. Ha realizado estancias de docencia e investigación en diversas universidades portuguesas y ecuatorianas y posee una variada experiencia profesional en el ámbito de la gestión y la comunicación política, electoral e institucional.

Montse Vázquez Gestal

Licenciada en Ciencias de la Información por la Univerisdad de Navarra y Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid. Profesora Titular en la Universidad de Vigo, ha sido también profesora invitada en diversas universidades internacionales (U. Autónoma de Querétaro, México; U. Nacional Autónoma de México, México; Lumsa Università, Italia; Sapienza, Italia; U. Fernando Pessoa, Portugal o Universidade de Minho, Portugal, entre otras) y ha publicado varios libros y artículos de carácter científico referentes al ámbito de la imagen corporativa, la imagen de marca-país y la creatividad publicitaria.