**Logros y limitaciones en el uso de la comunicación estratégica en procesos de construcción nacional: El caso de Cataluña (1979-2017)**

Achievements and limits of strategic communication for nation-building:

The case of Spain’s Catalan region (1979-2017)

César García, Ph. D.

Central Washington University  
Department of Communication  
Professor

United States  
E-mail: [garciace@cwu.edu](mailto:garciace@cwu.edu)

Author Biography

César García is a Professor in the Communication Department at Central Washington University, specializing in teaching and research on public relations and communication with an emphasis on global public relations. He has more than a decade of experience in the professional world of public relations working for international firms such as Edelman and Pleon, where he implemented communication programs for global companies. He has published in academic journals including *Public Relations Review*, *Journal of Communication Management*, *Public Relations Journal*, *Journal of International Communication*, and *International Journal of Strategic Communication*, among others.

Resumen

Este artículo explora el uso de la comunicación estratégica en el proceso de construcción nacional catalana después de la aprobación del Segundo Estatuto de Autonomía en 1979. Durante este periodo, *la Generalitat de Catalunya*, la organización política que gestiona el autogobierno de Cataluña, ha utilizado numerosas áreas de gobierno, como la cultura, la educación o la comunicación, para promover una identidad catalana opuesta a la identidad española. El uso de estrategias de *poder blando* – principalmente la promoción del catalán como lengua vehicular en la esfera pública, la cultura, el deporte o los símbolos – y la implementación de leyes lingüísticas han generado un clima de opinión positivo en lo que respecta a la creación de una identidad catalana inclusiva en una región en la que un alto porcentaje de la población tiene sus raíces en otras partes de España. El balance ha sido positivo para el nacionalismo catalán: La sola identificación con España ha decrecido mientras que la identificación dual Cataluña-España o solo Cataluña se ha incrementado; casi la mitad de la población catalana quiere la independencia mientras que 40 años atrás era menos del 20 por ciento. Sin embargo, la variable lingüística sigue actuando como muro de contención del nacionalismo a pesar del uso de la comunicación estratégica. Una mayoría de catalanes, cuya lengua nativa es el español, se opone al proceso de construcción nacional.

Abstract

This paper explores the use of strategic communication for nation building purposes in Catalonia after the approval of the Second Statute of Autonomy in 1979. During this period, the *Generalitat de Catalunya*, Catalonia’s self-government political organization, has used the high degree of autonomy in a number of areas involving culture, communications or education, among others, to enhance a Catalan identity opposed to the Spanish identity. Soft power approaches – mainly the promotion of Catalan language, culture, sports and symbols – and the implementation of linguistic laws have resulted in a positive climate of opinion concerning an inclusive Catalan identity in a region where a high percentage of the population has roots in other parts of Spain. After all these years, the outcome has been positive for Catalan nationalism: Identification with Spain has decreased while dual Catalan-Spanish and Catalan-only identification has grown; almost half of the Catalan population is pro-independence while 40 years ago was less than 20 percent. Nonetheless, the language variable still seems to be contention wall despite communication management efforts. There is still a large majority of Catalans, mostly from the Spanish-language community, that are opposed to the nation building, nowadays pro-independence, process.

Palabras clave: Comunicación estratégica, relaciones públicas, propaganda, construcción nacional, comunidades imaginadas, España, Cataluña

Key words: Strategic communication, public relations, propaganda, nation building, imagined communities, Spain, Catalonia