

Nuevos desafíos, nueva reflexión. La nueva teoría estratégica

New challenges, new thinking. The new strategic theory

Raquel Martínez Sáenz

Universidad de Valladolid

raquel.martinez.sanz@uva.es

Resumen

Las numerosas acepciones aplicadas al término “estrategia”, la falta de un discurso académico unánime respecto al objeto del mismo y los testimonios de fracaso en su aplicación en el ámbito de lo económico (Alberto Pérez, 2013), suscitan la necesidad de reconfigurar una nueva teoría para la estrategia.

Este texto sintetiza las principales ideas recogidas en la obra *El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad* (2014) coordinada por Raúl Herrera Echenique y Rafael Alberto Pérez y presentada de manera simultánea en 6 países en la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México. Acto que contó con la intervención de buena parte de sus autores y en el que se pudo debatir sobre esta Nueva Teoría Estratégica.

Palabras clave.

Nueva Teoría Estratégica, Comunicación, Estrategia.

Abstract.

The many meanings applied to the term "strategy", the lack of a unanimous academic discourse regarding the subject matter hereof and testimonies of failure in its application in the field of economics (Alberto Pérez, 2013), raise the need to reconfigure a new theory for the strategy.

This text summarizes the main ideas contained in the book *El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad* (2014) coordinated by Raúl Herrera Echenique and Rafael Alberto Perez and presented simultaneously in 6 countries in the Universidad Iberoamericana from Mexico City. The event counted with the participation of many of the authors and where you could discuss this New Strategic Theory.

Keywords.

New Strategic Theory, Communication, Strategic.

A principios del siglo XXI nacía FISEC, el Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación, a partir de la iniciativa de Rafael Alberto Pérez, su actual Presidente de Honor, con el fin de reflexionar acerca de las actuales necesidades del hombre a tenor de los cambios vividos y que requería necesariamente reformular los principios de la estrategia.

Los diferentes encuentros –que en el año 2015 alcanzarán la doceava edición²- y la constante meditación de sus miembros ha desembocado en una obra recopilatoria, *El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad* (2014), que además de una actualización del estado del arte de la comunicación estratégica supone una reivindicación del pensamiento estratégico.

El paradigma emergente

Si bien es cierto que la polisemia –y por ende, confusión- que envuelve al concepto de estrategia es un asunto no resuelto (Alberto Pérez, 2001), aún es más grave el fracaso que ha supuesto en su afiliación al *management* (Minzbergt, 1994). Porque como explica el propio Alberto Pérez (2013) la estrategia sobrepasa lo meramente económico y se convierte en un fenómeno biológico. Esto le obliga a tomar en consideración el comportamiento humano así como la irracionalidad que envuelve sus decisiones y que hasta este momento había permanecido al margen de los procesos estratégicos empresariales. Además, esta disciplina pide pasar del reduccionismo y la fragmentación analítica de la realidad a la asunción del pensamiento complejo, que no aparta sino que, por ser consciente de la complejidad de la realidad, la asume (Alberto Pérez y Massoni, 2009).

La Nueva Teoría Estratégica (NTE), abanderada del componente relacional y humano en cualquier enfoque estratégico, aspira a desterrar las connotaciones bélicas presentes en los orígenes del término, y que hemos visto perpetuarse durante años al hacer creer que el fin último de la estrategia es vencer a un hipotético enemigo, por el de la articulación y el engranaje de posturas.

Si como ha quedado demostrado, la estrategia cimentada sobre los preceptos de la economía, que atiende solo a variables cuantitativas, no ha obtenido resultados positivos evidentes (Hamel, 2007), se propone a la Comunicación, en cuya esencia radica el acto de compartir un mensaje, su nueva matriz de estudio.

La co-construcción y transformación de la realidad

La propia evolución de la sociedad, a tenor de los cambios que en ella se producen, condiciona el devenir de sus organizaciones y la manera de relacionarse con sus públicos, tanto internos como externos, de quienes puede aprender y obtener un conocimiento que le ayude a prosperar. Se trata, en definitiva, de hacer estrategia para alcanzar una articulación social, un entendimiento entre partes implicadas, afectadas o simplemente coexistentes en un mismo espacio.

Con todo ello, estrategia implica adaptación y a su vez supervivencia, al tomar en consideración a los sujetos que participan de una misma realidad (Alberto Pérez y Massoni, 2009). Por tanto, no nos resultará extraño que el fin último de una empresa sea contribuir con su aporte al bienestar social. Contribución que se concreta en su Misión, que para poder cumplir y mantener en el tiempo necesita estar respaldada por la obtención de beneficios económicos. Ganancias que representan el reconocimiento a su aporte y no el fin último de la organización (Alberto Pérez, 2013).

La voz de sus autores.

La plasmación por escrito de los cambios defendidos por la NTE es fruto del debate y la reflexión de los especialistas y profesionales miembros de FISEC y de la Cátedra Itinerante sobre la Nueva Teoría Estratégica (CiNTE). Nuevas directrices que aparecen recogidas en la obra *El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad* (2014), coordinada por Raúl Herrera Echenique y Rafael Alberto Pérez, presentada el 26 de junio de 2015 en la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México y que fue retransmitida y seguida en 5 países diferentes, además de México: Colombia, Ecuador, Cuba, España y Alemania.

En dicho encuentro tuvieron la ocasión de intervenir sus principales impulsores: Rafael Alberto Pérez, Jesús Galindo Cáceres, Carlos Fernández Collado y Octavio Islas Carmona quienes aportaron su peculiar visión de la comunicación estratégica.

Rafael Alberto Pérez



Rafael Alberto Pérez (1942) es Doctor ex-tesis en Derecho y en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, donde ha desempeñado su faceta como profesor universitario. Fundador y Director del Centro de Estudios y Comunicación Económica (1977), Presidente del Instituto de la Comunicación Pública (1982) y líder, junto con el también profesor Jesús Timoteo Álvarez, de la firma Consultores Quantumleap (1995), la trayectoria profesional de Rafael

Alberto ha sido reconocida con numerosos premios y distinciones. Autor del libro *Estrategias de Comunicación* (2001), de su persona nace la iniciativa de crear un Foro de debate sobre Estrategias de Comunicación (FISEC).

Rafael Alberto considera que la academia tiene la obligación de plantearse y resolver preguntas impertinentes e incómodas y que la obra que él mismo coordina, además de ser fruto del esfuerzo de un gran número de especialistas, de muy variado origen, su resultado no obedece a un discurso previamente pactado sino al cuestionamiento y el convencimiento de que la colaboración –incluso, cuando en ella se producen disonancias- representa un enriquecimiento.

Este nuevo planteamiento de la estrategia obedece a la necesidad de fortalecer la debilidad teórica que hasta la fecha le rodeaba, pues como ilustra el profesor, 5 de cada 7 estrategias que aspiran a cambiar la realidad, fracasan. Existe por tanto una mala cartografía que es preciso corregir argumentando que sin una correcta definición del objeto de estudio difícilmente se podrá construir.

Luis Jesús Galindo Cáceres.



Luis Jesús Galindo Cáceres es Doctor en Ciencia Sociales, Maestro en Lingüística y Licenciado en Comunicación. Autor de 25 libros y más de 280 artículos publicados en catorce países de América y Europa, ejerce como promotor cultural en diversos proyectos desde 1972 y como profesor universitario, habiendo estado presente en países tan variados como Argentina, Brasil,

Colombia, Perú, España o México. Luis Jesús es el fundador de

varios cursos de doctorado en México vinculados al análisis del discurso y la semiótica de la Cultura, las Ciencias Sociales y la Comunicación Social. Temas a los que se adscriben las numerosas asociaciones a las que pertenece, destacando la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), el Programa de Estudios sobre las Culturas Contemporáneas o el Grupo hacia una Ingeniería en Comunicación Social (GICOM).

Para este prolijo académico es digno de mención el espíritu de colaboración que siempre ha caracterizado al Foro FISEC y del que es deudor el título del libro, pues recoge ese sentimiento de construcción conjunta.

Galindo Cáceres defiende que el campo de la comunicación en el contexto de la comunicación estratégica posee importantes vínculos con el pensamiento crítico, pues éste último hunde sus raíces en ciertas teorías cristianas, especialmente determinantes en el ámbito hispanoamericano, como es la pedagogía de la Liberación de Paulo Freire, donde también es posible identificar una estrategia, al margen de las creencias subyacentes. Como última reflexión, el profesor insta a que la comunicación estratégica aclare, en términos de divulgación y posicionamiento, su postura respecto a lo que en Brasil denominan la Teoría Latinoamericana de la Comunicación del Pensamiento crítico.

Carlos Fernández Collado.



Carlos Fernández Collado (1953) es Doctor en Sociología por la

Michigan State University y Licenciado en Comunicación por la Universidad de Anáhuac, mientras que sus estudios postdoctorales los realizó en la Annenberg School de Pennsylvania. Investigador, escritor y coordinador de un gran número de libros y artículos. La obra *Metodología de la investigación* (2006), escrita

junto a Roberto Herbández Sampieri (2006) fue galardonada con el *outstanding local original* como mejor libro original del mundo. Carlos Fernández Collado fue Rector durante 10 años de la Universidad de Celaya, México y Director General de Radio, Televisión y Cinematografía durante el gobierno del presidente Vicente Fox. Actualmente es presidente de la Asociación Iberoamericana de la Comunicación (ASICOM), vicepresidente de la Academia Mexicana de la Comunicación y catedrático del Instituto Politécnico Nacional.

El tercer ponente en intervenir comentó que la lectura de la obra *El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad* (2014) reforzó el convencimiento de que “no hay nada más práctico que una buena teoría” y aprovechó la frase atribuida a Kurt Lewin para recordar de qué forma este científico polaco daba continuidad a sus seminarios preguntando a su auditorio “¿qué se nos olvida?”. Bajo esta misma premisa, Carlos Fernández considera que Rafael Alberto Pérez se ha estado interrogando a lo largo de los años para reconocer qué aspectos han quedado fuera de los estudios precedentes e insiste en que las dos apreciaciones más importantes integradas en la Nueva Teoría Estratégica son el carácter relacional del ser humano y la complejidad del mundo, a la que nos hemos empeñado en diseccionar. En consecuencia, la organización se convierte en socialmente responsable y se puede apreciar el valor de la articulación.

Además, para el académico Fernández Collado el libro coordinado por Echenique y Pérez también rememora la brillantez de otro gran autor, José Gaos, filósofo asturiano exiliado a México tras la Guerra Civil española, cuyos escritos, no buscaban deslumbrar sino hacerse entender, lo que no implicaba ni un ápice de pérdida de profundidad. Y bajo esta premisa se define este libro que además conserva la esencia del Pensamiento Iberoamericano del que es padre José Gaos.

Octavio Islas Carmona.



Octavio Islas Carmona (1960) posee un Doctorado en Ciencias Sociales, una doble maestría: en Comunicación y Desarrollo y en Administración de Tecnologías de Información, y es licenciado en Sociología. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, recibió dos premios Nacionales AMCO durante su andadura al frente del Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey,

Campus Estado de México. Además, y desde el año 2005, tiene un

papel activo en la Fundación *Development Gateway Mexico*, dependiente de la ONU.

Actualmente es el Director de la Catedra de Comunicaciones Estratégicas y Cibercultura, Director de la revista web *Razón y Palabra*, Miembro de la *Media Ecology Association* y Coordinador del Consejo Asesor de Merco México. Autor y coordinador

de 11 libros, más de 500 artículos periodísticos, de difusión e investigación y 27 capítulos de libros.

De los 7 cambios estructurales planteados por Rafael Alberto Pérez, el profesor Octavio Islas profundiza en la transformación de las organizaciones para convertirse en nódulos de innovación y significado, en torno a lo cual hace girar su aportación en el libro comentado. La base teórica, en palabras del propio Islas, las haya en Abraham Nosnik, por ser el autor que le introduce, a través del concepto de comunicación productiva en la estrategia aplicada a la comunicación organizacional, y en Jesús Galindo, quien ante el agotamiento de las Ciencias Sociales configura una ingeniería social que, apostando por una comunicación inteligente aplicada, trata de solventar retos específicos y de reconstruir la ciudadanía y el tejido social. La base metodológica, por el contrario, es deudora de Marshall McLuhan, profeta del mundo digital.

Para el académico, la gestión del conocimiento representa la vía para desarrollar estrategias de comunicación digitales y alcanzar la tan ansiada reputación –vista por muchos como el culmen-, pero advierte que el nivel de inteligencia de una organización no proviene de la suma de los coeficientes intelectuales de sus integrantes si a estos no se los provee de un clima de libertad para comunicarse o de un adecuado aprovechamiento de las tecnologías más pertinentes según sus funciones. Todo ello generará una estructura simbólica que podrá convertirse en ventaja competitiva sobre los demás.

Situación que, como defiende el profesor Islas Carmona, es extrapolable al resto de organizaciones sociales, como puede ser un país, una ciudad o un pueblo en su totalidad. En definitiva, se trata de generar, a través de la gestión del conocimiento, una relación simbiótica productiva con la organización.

Bibliografía.

Alberto Pérez, R. (2001). Estrategias de comunicación. Barcelona: Ariel.

Alberto Pérez, R. y Massoni, S. (2009). Hacia una teoría General de la estrategia. El cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones. Barcelona: Ariel.

Alberto Pérez, R. (2013). “¿Es su estrategia la misma que la mía? De cómo la NTE convierte a la estrategia en una disciplina para la articulación social”. Razón y Palabra, nº 83. Disponible en: www.razonypalabra.org.mx/N/N83/M83/03_Perez_M83.pdf

[Consulta: julio de 2015].

Hamel, G. (2007). The Future of Management. Boston: Harvard Business Review.

Herrera Echenique, R. y Alberto Pérez, R. (2014). El paradigma emergente para la coconstrucción y transformación de la realidad. Chile: Santillana y Fisec.

Islas Carmona, O. (2014). “Tercer cambio: de unidad de producción a nódulo de innovación y significación”. En Herrera, R. y Pérez, A. (Coords.). El paradigma emergente para la coconstrucción y transformación de la realidad. Chile: Santillana y FISEC, pp. 63-75.

Minzbergt, H. (1994). The Rise and Fall of Strategic Planning. Hemel Hempstead: Prentice Hall.

Notas

¹ Doctora en Periodismo. Profesora en la Universidad de Valladolid. Sus líneas de investigación se centran en la Comunicación Corporativa y en el desarrollo y aplicación de los nuevos medios digitales en instituciones culturales. raquel.martinez.sanz@uva.es

² Se tiene previsto que durante los días 17, 18 y 19 de noviembre de 2015 se celebre el XXII encuentro de FISEC. Consultar: <http://www.fisecinternacional.com/>