

# Conclusiones del II Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación

**Expertos** de 11 países de la Comunidad Iberoamericana de Estados (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, Honduras, México, Perú, Portugal, Republica Dominicana, Venezuela) profesores de 24 Universidades de ambas orillas; representantes del Instituto Español de Estudios Estratégicos (España); profesionales de empresas y corporaciones relevantes, representantes de las asociaciones ACD/DIRCOM (Asociación de Directivos de la Comunicación de España) y de AESPLAN

**Reunidos** los días 16 al 18 de septiembre en el II Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación, en el seno de la Universidad de Sevilla, dentro del noble marco del Parlamento de Andalucía, y el más amplio de la bella ciudad de Sevilla

**Han debatido** la conveniencia de una nueva teoría estratégica. Este debate se ha realizado en dos planos complementarios: (a) La necesidad, o no, de una Nueva Teoría General de la Estrategia; sus rasgos y las líneas de investigación que hipotéticamente podrían conducirnos a ella; y (b) El sentido que dicha propuesta podría tener en los distintos ámbitos de acción y desde las exigencias que estos plantean. A lo largo de las tres jornadas del Encuentro esta segunda cuestión se trató desde las perspectivas cruzadas de seis ámbitos de actuación específicos, que dieron lugar a otros tantos debates.

Es importante subrayar que esta reflexión conjunta no surge en el vacío sino que toma como punto de partida las **Conclusiones Finales del I Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación** celebrado los días 25 y 26 de noviembre en el ámbito de la **Universidad Complutense en Madrid**, sintetizados en una de sus cláusulas: *“Necesitamos una nueva teoría estratégica para la vida cotidiana que sea menos geométrica y mas cualitativa, menos racional y, en cambio, mas hermenéutica y relacional”*. Se puede decir, que el II Encuentro que ahora se clausura ha tomado y asumido este testigo y ha aspirado a avanzar en esa dirección.

**El presente documento recoge las principales conclusiones del Encuentro**, que a continuación se resumen de forma muy sintetizada:

## **I. SOBRE LA NECESIDAD, O NO, DE UNA NUEVA TEORÍA DE LA ESTRATEGIA:**

**Los expertos coinciden-** con las naturales matizaciones- en la necesidad de innovar en el campo de la teoría estratégica y de construir nuevos mapas. Esta necesidad viene dado por cuatro causas principales:

- Vivimos un mundo cada vez mas marcado por la incertidumbre
- Los sesgos economicistas y las limitaciones de la actual teoría estratégica producida desde el *management*

- Las carencias de modelos estratégicos adecuados para aquellas situaciones en las que se producen variaciones en los modelos de referencia.
- Las exigencias del nuevo entorno de comienzos del siglo XXI.

**Y entienden** que esta innovación debe representar una ruptura significativa con el actual paradigma, reafirmando así desde distintos ámbitos y disciplinas la oportunidad de este debate y de profundizar en dicha dirección.

□ Si hasta este Encuentro el perfil de esa nueva teoría estaba pergeñado básicamente de forma negativa, lo cierto es que a lo largo de las sesiones se han ido concretando los rasgos constituyentes que debería cumplir - hasta 28 cambios y varias líneas de investigación- que han de ser todos ellos objeto de un análisis mas detenido

□ Doce palabras/categorías conceptuales han venido a reiterarse a lo largo de las sesiones erigiéndose en el hilo conductor y enhebrador de los distintos discursos:

1. Modernidad/modernización/desarrollo
2. El factor cultural/valores/axiologías
3. Ética
4. Diversidad
5. Hermenéusis/lecturas del mundo/percepciones
6. Transdisciplinariedad
7. Contextos de acción
8. Mapas mentales y estratégicos
9. Futuro/educación/enseñar a mirar/ prevención
10. Holismo/sistémica/procesos
11. Creatividad/innovación
12. Mediación/interacción simbólica/significación/sentido
13. Descentralización/ ayudar a construir los propios relatos del mundo
14. Sostenibilidad

□ Es importante destacar que los expertos consideran que la nueva teoría estratégica puede ser re-pensada y re-formulada desde la comunicación, en la medida en que esta es la forma de interacción mas axiológica de que

disponemos y que ofrece un campo teórico único- como, en su día, supieron ver Ruesch y Batenson- para estudiar las relaciones humanas, y los nuevos mapas que necesitamos son “mapas relacionales”

## II. SOBRE LAS LECTURAS Y EXIGENCIAS QUE LOS DISTINTOS DE ACCIÓN DEBATIDOS EN EL ENCUENTRO, PLANTEAN A LA TEORÍA ESTRATÉGICA CONVENCIONAL:

Todas las mesas convergieron en la necesidad de un nuevo enfoque, mapas y modelos estratégicos

- **Estrategias de comunicación para el desarrollo:** La necesidad de superar la racionalidad instrumental por una racionalidad comunicativa y relacional; de pensar la teoría desde otra forma de pensamiento y de reconceptualizar ciertas categorías tales como desarrollo. Pensar la comunicación para el desarrollo significa problematizar la globalidad. Propuestas: la anti-estrategia. La fiesta como modelo caótico, y el análisis de redes sociales. En-redar la sociedad desde un enfoque transversal del desarrollo
- **Estrategias sobre la Paz, Seguridad y Defensa: La cultura de defensa:** Es tal la necesidad de prevención en la nueva era de la vulnerabilidad y de terrorismo mediático que habrá que comunicar mas y mejor para que la sociedad civil se sienta parte del sistema de defensa. Ello exige ética, transparencia, comunicación, conocimiento y prevención. El IIEEE es consciente y participe de este proceso de conciencia y cultura de Defensa. Y está atento a las innovaciones en materia estratégica.
- **Estrategias de comunicación política:** Las relaciones entre el poder político y el poder mediático se ha invertido. Antes se daba un poder político concentrado y unos medios dispersos y ahora vivimos en una época de poder diluido y de concentraciones multimedia. Desde una gran dosis de pragmatismo se reconoce la eficacia a corto plazo de ciertos modos más o menos espúreos de control mediático. Al tiempo que se denuncian las practicas de propaganda-política-basura que estamos viviendo y se pregunta quien se atreverá a dar el cambio hacia formas mas avanzadas y democráticas de poner la información como un derecho adquirido en manos de los ciudadanos
- **Estrategias de comunicación corporativa:** Los profesionales de la comunicación se consideran carentes de las teorías que necesitan y expresan que en muchos casos se ven obligados a construir su propia teoría desde su propia experiencia. Reclaman así una nueva teoría estratégica sobre la cual puedan construir el oficio de Director de Comunicación. En este sentido se reivindica la necesidad de un rearme ético de la comunicación corporativa para generar beneficios corporativos y sociales para el futuro
- **Estrategias de comunicación para la educación:** La necesidad de conocer las gramáticas de los medios para aprender a leer el mundo. Se propone repensar la educación desde la comunicación enseñando a mirar y a que cada sujeto aprenda a construir sus propios relatos de su mundo.

- **Estrategias de rediseño del campo académico:** La necesidad de repensar los estudios sobre comunicación desde un enfoque transdisciplinar e iberoamericano. La conveniencia de Foros como FISEC para profundizar en la reflexión sobre la teoría estratégica y la conveniencia de utilizar los foros en la web como redes de investigación permanente.

Sobre de la consideración de que los encuentros son buenos para conocernos, compartir y dinamizar las ideas y conocimientos, pero que el verdadero avance viene a través de la investigación y del trabajo muchas veces en solitario, los participantes en el II Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación asumen las propuestas presentadas en las sesiones de encomendar a FISEC la puesta den marcha de investigación transdisciplinar para verificar exhaustivamente las hipótesis planteadas en este Encuentro sobre la nueva teoría estratégica. Una investigación que a partir de un proyecto debidamente diseñado cuente con la colaboración de las Universidades y expertos de FISEC que teniendo un papel en dicho diseño así lo soliciten.

Finalmente los participantes agradecen al Portavoz del Gobierno de Andalucía, Ilmo Sr. D. Enrique Jesús Cervera el ofrecimiento realizado en su intervención inaugural de apoyo institucional a FISEC para que se constituya como una plataforma permanente en Andalucía bajo la forma que en su momento se proponga y se apruebe.

Sevilla 18 de Septiembre 2004