

Veinte años después *

Javier Echeverría
Director del Instituto de Filosofía,
Centro Superior de Investigaciones Científicas

Conocí a Rafael Alberto Pérez en verano de 1982, cuando le invité a un curso sobre “Juego y Estrategia” que dirigí en los Cursos de Verano de la Universidad del País Vasco (San Sebastián). El acababa de publicar su libro “La estrategia de comunicación publicitaria” (1981), del que tuve noticia a través de un amigo común, José Carlos Hernando, experto jugador de ajedrez, gô y otros juegos de estrategia. Yo era un apasionado de ese tipo de juegos y me interesó mucho la propuesta de R.A. Pérez de aplicar la teoría de juegos a la publicidad. Desde entonces le tengo en alta estima y fue una satisfacción reencontrarme con él el año pasado, veinte años después, cuando se publicó su obra magna sobre “Estrategias de comunicación” (2001), que centra el debate académico que va a celebrarse en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense. Lamento no poder estar en ese acto, por coincidir con el 25 aniversario de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad del País Vasco. Para paliar mi ausencia envíe este escrito, junto con un fuerte abrazo para Rafael Alberto, para José Luis Pinillos (Doctor *honoris causa* a propuesta de nuestra Facultad, en un acto que no habrá olvidado) y para todos los amigos, colegas y colaboradores de R.A. Pérez, que le estaréis homenajeando con toda justicia.

El último libro de R. A. Pérez me parece una obra muy importante, tanto por el amplísimo conocimiento que muestra de las más diversas disciplinas que se ocupan de la comunicación como por las aportaciones originales que hace. En esta época de especialización compulsiva no es frecuente encontrarse con una persona que, siendo un gran experto en su materia, se interese y conozca las demás disciplinas que abordan desde otras perspectivas su objeto de investigación. Si me lo permite y, sobre todo, si sus colegas toman la expresión ‘filósofo’ en el buen sentido de la palabra, diré que Rafael Alberto no sólo es un gran comunicólogo, sino también un filósofo. Su nueva teoría del hombre-jugador tiene indudable interés para la filosofía, al igual que su teoría de la acción comunicativa y de las estrategias que la orientan. Coincido plenamente en la importancia que atribuye a los valores a la hora de analizar la comunicación y la intencionalidad del hombre-jugador. Veinte años después volvemos a converger en temas de mutuo interés.

Herbert Simon, premio Nobel de Economía, puso en cuestión (1947) la teoría de la decisión racional basada en la maximización de la función de utilidad y en una teoría de juegos que reducía al ser humano a *homo economicus*. Asimismo propuso (1974) un modelo sistémico para el sujeto y sus acciones estratégicas, ahora desarrollado por R.A. Pérez. La importancia que se atribuye al entorno del juego y a la presencia de otros jugadores con los que se puede cooperar, además de competir, trae consigo una profunda renovación de la teoría de la acción racional. Las acciones humanas están regidas por una pluralidad de valores, no sólo por la búsqueda del beneficio económico. El sujeto humano es más complejo de lo que habían presupuestos los defensores de la maximización de la función de utilidad. R.A. Pérez aporta un modelo mucho más refinado del hombre-jugador, que conviene investigar a fondo. Si se aplicara a las estrategias de comunicación científica, por ejemplo, se avanzaría mucho en la

comprensión de los procesos (o partidas, como él dice) de transmisión del conocimiento científico.

La publicidad es un tipo de acción comunicativa estratégica. Al afrontar la cuestión más general de las estrategias de comunicación, Rafael Alberto da un salto importante. Sus propuestas tienen consecuencias de interés para otros muchos ámbitos de la comunicación humana y social. La comunicación del conocimiento científico es uno de esos ámbitos. Si la estrategia es un sistema de tácticas, como afirma R.A. Pérez, es importante subrayar que cada fase de la partida es valorada *ex ante* y *ex post*, como suele decirse en los estudios sobre ciencia y tecnología. Esas evaluaciones dependen estrictamente de la información que se disponga, hoy en día de los sistemas de información. Las decisiones que se toman al elegir una u otra táctica dependen de esos conocimientos y valores. Coincido plenamente con R.A Pérez en estos aspectos de su modelo, particularmente útiles en cuestiones de política científica y tecnológica. Asimismo me parece indispensable su concepción sistémica de la estrategia, del hombre-jugador y de los procesos de comunicación. El libro “Estrategias de comunicación” es una obra muy relevante en el ámbito de las ciencias sociales en lengua española.

Aunque haya sido a distancia, es un honor y un placer para mí participar en este merecido homenaje a Rafael Alberto Pérez.

Javier Echeverría

* Texto escrito para ser leído en el acto académico: “Estrategias de Comunicación: dos años después” celebrado en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, en 2003 con motivo del segundo aniversario del libro del mismo título del profesor Rafael Alberto Pérez. Con la participación de los Decanos J. Davara (UCM); M. Murciano (Autónoma Barcelona) y los profesores V. Vieira (Politécnico de Lisboa) Enrique Ríos, Jesús Timoteo, (UCM) y la Dra. María Jesús Martínez Pestaña (autora de una monografía sobre la obra del citado investigador)