



Rafael Alberto Pérez is a practical - theoretician that has known to reconcile his activity as a university professor and as a consultant, fitting to himself the quote of Henri Bergson: "think like man of action, but act like man of thought". Reference author about communication strategies, his first book won the national research award **Premio Nacional de Investigación** (Madrid, 1974), and his last, "**Communication Strategies**", Ariel 2001, has just been recognized with the award of the **IV Cumbre Iberoamericana de Comunicadores** as the "**Mejor Libro iberoamericano sobre Comunicación**" – best Iberoamerican book about Communication – (Santo Domingo, 2005) and with the "**Prémio de Excelência da Investigação na Área de Estratégia**", of the Universidade do Algarve, (Faro, Portugal, 2006).

Doctor in Communication Science in the **Universidad Complutense de Madrid**, he has been professor since 1973 in the Facultad de Ciencias de la Información of the same university and president of the **Iberoamerican Forum about Communication Strategies** (Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación - **FISEC**). He is usually invited to instruct courses and seminars about corporative and political strategic communication. He is member of the Consejo **Consultivo del Centro de Investigación (Consult Council of the Research Center)** of the Universidade do Algarve, and he is part of the editorial Councils of the following magazines: "**Hologramática**" www.hologramatica.com.ar Universidad de Lomas de Zamora (Argentina); "**Tendencias 21**" www.tendencias21.net (España); "**Estudios de Periodismo y Relaciones Públicas**" Universidad de Viña del Mar (Chile); "**Pensar la Publicidad**" de las Universidades Complutense y de Valladolid; "**Encontros Científicos**", Universidade do Algarve, (Portugal) and the "**Revista Académica del Foro Iberoamericano Sobre Estrategias de Comunicación**", www.fisec-estrategias.com.ar (Argentina).

He is also part of the **AESPLAN** (directive joint) and **DIRCOM**.

After having worked in all sorts of communication jobs, he began in the multinationals of publicity **Lintas**, **FCB** and **McCann Ericsson**. By the end of the seventies, he jumped into the public opinion field from the Centro de Estudios y Comunicación Económica. And, in the eighties, he introduced in Spain the public relations from the Instituto de la Comunicación Pública, a project that he braces in the nineties as strategic consultant of important institutions – **European Union**, **Consejo de Seguridad Nuclear**, **Ayuntamiento de Madrid**, **Ministerio de Defensa** – and enterprises – **BP**, **EDF**, **Mercedes Benz**, **INDESIT**, **Feria Internacional de Oporto**, **Master Cadena**. Now, he is the president of **Consultores Quantumleap** (www.quantumleap-es.com) and consultant of the marketing and touristic Communication enterprise, **The Blue Room Project** (www.blueroom.es).

Awards and distinctions:

- **Premio de la IV Cumbre de Comunicadores al Mejor Libro Iberoamericano Sobre Comunicación, Santo Domingo, República**

Dominicana, 2005

- **Premio a la Excelencia Investigadora en Estrategia, Universidade do Algarve, Portugal, 2006**
- **Venera Académica del Instituto Nacional de Publicidad (Presidencia de Gobierno) España, 1978.**
- **Premio Nacional de Investigación Gardoqui-Sarpe (together with Javier Suso) España, 1974.**

About Rafael Alberto Pérez:

- BOREA, F, y CANELLA, R. Análisis del libro ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN de R. A. Pérez González, Hologramática, Año II N° 2, F. Cs. Ss. U.N. Lomas de Zamora, Ar; pp. 131-163 (2005)
www.hologramatica.com.ar
- EUROPEAN JOURNAL OF COMMUNICATION: "R. A. Pérez, Communication Strategy" Vol 19, (2004)
- MARTÍNEZ PESTAÑAS, M.J.: El Estudio de la comunicación pública en España: la aportación investigadora del prf. Rafael Alberto Pérez, Univ. Complutense, Madrid (2002)

Recent bibliography:

- 2006: - Estrategias de comunicación para las revistas científicas, in Diálogos entre Editores Científicos Iberoamericanos, CAYCIT, CONICET, Buenos Aires, Argentina
- 2006: -Razones para una nueva teoría estratégica, in Encuentros Científicos, n° 2 Universidade do Algarve, 2006; y en www.comminit.com
- 2005: -Estrategar : el fenómeno perdido de la teoría estratégica, Fisec-estrategias, Año I N° 2- La nueva teoría estratégica: Estado de la cuestión, Fisec-estrategias, Año I N° 1- <http://www.fisec-estrategias.com.ar>
- 2004: El siglo XXI exige una manera distinta de pensar los conflictos y sus estrategias 9/08/2004 in www.tendencias21.net
- Podemos hacer mejor las cosas: Hacia una nueva teoría estratégica refundada desde la comunicación in Interacción, 36-40, Colombia, Mayo 2004 , in www.communicationforsocialchange.org
- ¿Es necesaria una nueva teoría estratégica? in www.tendencias21.net, julio-septiembre, 2004
- 2003: La nueva teoría estratégica pasa por Santiago in Boletín Chileno de Comunicación, n° 54, noviembre, Universidad Diego Portales, 2003 2001: Estrategias de comunicación, Ariel, Barcelona
- 2003: La nueva teoría estratégica pasa por Santiago in Boletín Chileno de Comunicación, n° 54, noviembre, Universidad Diego Portales, 2003
- 2001: Estrategias de comunicación, Ariel, Barcelona