



Rafael Alberto Pérez es un teórico-práctico que ha sabido compaginar su actividad de profesor universitario con la de consultor, haciendo suya la frase de Henri Bergson: "Piensa como un hombre de acción, pero actúa como un hombre de pensamiento.

Considerado el padre de la "nueva teoría estratégica" y autor de referencia sobre estrategias de comunicación. Su primer libro mereció el Premio Nacional de Investigación (Madrid, 1974) y el penúltimo: "**Estrategias de Comunicación**", Ariel, 2001, 4ª ed. 2008 con prólogo de Jesús Martín-Barbero) ha sido reconocido con el Premio de la IV Cumbre Iberoamericana de Comunicadores al "Mejor Libro Iberoamericano sobre Comunicación",

(Santo Domingo, 2005) y con el "Prémio de Excelência da Investigaçãõ na Área de Estratégia", concedido por la Universidade do Algarve, (Faro, Portugal, 2006).

Precisamente en torno a una de las propuestas de ese libro, la "nueva teoría estratégica", se constituyó en 2003 el **Foro Iberoamericano Sobre Estrategias de Comunicación (FISEC)**, de la que en la actualidad es presidente, y que hoy agrupa a más de 300 expertos pertenecientes a 120 universidades de 17 países iberoamericanos, USA, Francia, Italia, Alemania y Rusia. Un nuevo enfoque de la Estrategia que, ahora, 7 años más tarde, presenta ya elaborado en su último libro "**Hacia una teoría General de la Estrategia**" (Ariel, 2009) escrito en co-autoría con la Profesora Sandra Massoni, e introducido por el Secretario General Iberoamericano, Enrique V. Iglesias.

Dr. en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid, es profesor desde 1973 de la Facultad de Ciencias de la Información en esta misma Universidad y presidente del Foro Iberoamericano Sobre Estrategias de Comunicación (FISEC). Profesor invitado por más de cincuenta Universidades y Escuelas de Negocios Latinoamericanas y Europeas para dar cursos y seminarios sobre comunicación estratégica corporativa y política.

Es miembro del **Consejo Consultivo del Centro de Investigación CIEO de la Facultad de Economía (Universidade do Algarve)**, y forma parte de los Consejos Editoriales de las revistas: "**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) y de la "**Revista Académica del Foro Iberoamericano Sobre Estrategias de Comunicación**",

www.fisec-estrategias.com.ar (Argentina).

Forma parte, así mismo, de las asociaciones **AESPLAN** (Junta Directiva) y **DIRCOM**.



Autor de referencia sobre estrategia de comunicación, de su último libro se ha dicho que aporta "una nueva teoría estratégica para después del 11 de septiembre".

Curtido en todos los oficios de la comunicación, se inicia en las multinacionales de la publicidad, **Lintas, FCB y McCann Erickson**. Para, a finales de los 70, dar el salto a la opinión pública desde el **Centro de Estudios y Comunicación Económica**. Y, en los 80, iniciar el desembarco de las relaciones públicas en España desde el **Instituto de la Comunicación Pública**. Un proyecto que consolida en los 90 desde **Consultores Quantumleap** como consultor estratégico de reputadas instituciones- Unión Europea, Consejo de Seguridad Nuclear, Ayuntamiento de Madrid, Ministerio de Defensa- y empresas, BP, EDF, INDESIT, Feria Internacional de Oporto, ICEX. En la actualidad es consejero de **The Blue Room Project**. (www.blueroom.es) Marketing y Comunicación de turismo, ocio y estilos de vida

Premios y distinciones recibidos:

- Presidente de Honor del Seminario Internacional "Empresa e futuro" Escola Superior de Gestão, Hoteleria e Turismo, Universidade do Algarve , Portugal, 2009
- Premio a la Excelencia Investigadora en Estrategia, Universidade do Algarve, Portugal, 2006
- Premio de la IV Cumbre de Comunicadores al Mejor Libro Iberoamericano Sobre Comunicación, Santo Domingo, República Dominicana, 2005.
- Venera Académica del Instituto Nacional de Publicidad (Presidencia de Gobierno) España, 1978.
- Premio Nacional de Investigación Gardoqui-Sarpe (conjuntamente con Javier Suso) España, 1974.

Rafael Alberto Perez lidera en Internet todas sus áreas de investigación

Aparece en segundo lugar sobre 6.760.000 resultados obtenidos en Google de **estrategias de comunicación**.

De los 359.000 resultados de **teoria general de la estrategia** los do primeros se refieren a él.

De los 276.000 resultados de **nueva teoría estratégica** los 10 primeros se refieren a Rafael Alberto Pérez y a artículos suyos.

Su neologismo **estrategar** avanza por Internet y hoy obtiene 3.320 resultados Los 20 primeros remiten directamente a él.

Búsqueda realizada en Google el 1 de abril

Sobre Rafael Alberto Pérez, véase:

- ROVEDA, A. (2008) La incansable búsqueda de nuevas rutas para el pensamiento en comunicación, Signo y Pensamiento, n° 51, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá-Cali, diciembre 2007, pp193-195
- 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)

Bibliografía reciente:

- 2009: - Hacia una Teoría General de la Estrategia, Ariel, 2009; Escrito con Sandra Massoni. Introducción de Enrique V. Iglesias.
- 2008: "Estrategias de Comunicación". Prólogo de Jesús Martín Barbero. 4ª ed.
- 2006: - Estrategias de comunicación para las revistas científicas, en Diálogos entre Editores Científicos Iberoamericanos, CAYCIT, CONICET, Buenos Aires, Argentina
- 2006: -Razones para una nueva teoría estratégica, en 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 (en) www.tendencias21.net

- Podemos hacer mejor las cosas: Hacia una nueva teoría estratégica refundada desde la comunicación (en) Interacción, 36-40, Colombia, Mayo 2004 , en www.communicationforsocialchange.org

- ¿Es necesaria una nueva teoría estratégica? (en) www.tendencias21.net, julio-septiembre, 2004
- 2003: La nueva teoría estratégica pasa por Santiago (en) 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 (en) Boletín Chileno de Comunicación, n° 54, noviembre, Universidad Diego Portales, 2003
- 2001: Estrategias de comunicación, Ariel, Barcelona