



FORO IBEROAMERICANO SOBRE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

El Foro Iberoamericano Sobre Estrategias de Comunicación (FISEC) es una plataforma de intercambio que agrupa a más de 300 expertos de unas 100 Universidades Iberoamericanas, desde donde se estudian y hacen aportaciones a una Nueva Teoría Estratégica. Su fundamento principal es la comunicación y el estudio de la estrategia y sus procesos, desde una mirada multidisciplinar a partir del paradigma de la complejidad.

De esta forma, los investigadores de FISEC han venido generando avances para esta nueva Teoría Estratégica, que se concretan en más de 124 artículos publicados por más de 105 autores de diversos países iberoamericanos en su revista académica on line [www.fisec-estrategias.com.ar], que se edita en la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (Argentina), además de las publicaciones realizadas por nuestros expertos en otros *journals* y en los libros de sus investigadores.

Sus orígenes se remontan al primer encuentro realizado por dicho Foro, celebrado en la Universidad Complutense de Madrid (Noviembre del 2002), al que asistieron diversos académicos y expertos de Iberoamérica, con participantes de México, Chile, Argentina, Perú, Venezuela, Portugal y España.

En ese encuentro, los asistentes concordaron en la necesidad de repensar la teoría estratégica desde la comunicación, la interculturalidad y el consenso.

En los años siguientes se ha establecido la tendencia de encuentros anuales, los que han generado innumerables contribuciones a las ciencias de la comunicación, en general, y la Teoría Estratégica, en particular.

Actualmente, FISEC agrupa a una gran cantidad de expertos de la región, más miembros de Italia y EE.UU. Los estudios hacen referencia a diferentes contextos de la estrategia, estos son:



- Estrategias de Comunicación ante Los Grandes Problemas de la Humanidad.
- Estrategias de Comunicación para el Desarrollo.
- Estrategias de Comunicación para la Educación.
- Estrategias de Comunicación para la Salud.
- Estrategias de Comunicación Política y Social.
- Estrategias de Comunicación Corporativa.

El marco de acción del Foro se centra en:

- Ser un espacio de intercambio de expertos, académicos y profesionales interesados en asumir el estudio de la comunicación y su nuevo rol, a partir de consideraciones fundamentadas en la innovadora plataforma de la ciencia actual y en la profundización de las propuestas y aportes de la nueva teoría estratégica. Por lo tanto, pensar el quehacer profesional en pos de generar futuribles para la transformación de la realidad.
- Un intercambio apoyado en una visión de red, vinculado con el quehacer del mundo profesional cuyos modelos y métodos deben ser repensados. Plataforma de intercambio entre expertos en red.
- Intercambio que asume como uno de sus propósitos avanzar en una nueva mirada del papel de la comunicación, gestionada en entornos cambiantes y complejos, pero orientada al cambio social y la co-construcción de nuevas formas de convivencias más centradas en el bienestar de las personas.



Entre los principales hitos de FISEC como organización y que han contribuido en avances a la nueva teoría estratégicas podemos mencionar, aunque no exclusivamente, a:

- Libro: “*Estrategia de Comunicación*” de Rafael Alberto Pérez (2001) hace énfasis en la necesidad de una Nueva Teoría Estratégica más relacional y menos geométrica.
- “*I Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación*” que tuvo lugar en Madrid en Noviembre 2002 dentro del Ciclo de Otoño de Comunicación de la Universidad Complutense que da inicio a la idea fundacional de FISEC.
- 11 Encuentros anuales, desde el 2003 hasta la fecha, en que se discuten avances, modelos y aportes a una Nueva Teoría Estratégica.
- Conversaciones con Edgard Morin sobre la Nueva Teoría Estratégica “*COMPLEJIDAD, CULTURA Y ESTRATEGIA*” encuentro de Expertos en el 2008.
- Grupo de investigación Estrategar en el que se centra en el llamado “*proceso estratégico*” (como capacidad humana) y los ENCUENTROS INTERNACIONALES ESTRATEGAR (2010)
- Publicación del libro “*Hacia una teoría general de la estrategia*” por Rafael Alberto Pérez y Sandra Massoni (2009) articulando el conocimiento adquirido en estos años de investigación.
- Publicación del libro “*Nueva teoría estratégica: El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad*” por Raúl Herrera Echenique y Rafael Alberto Pérez (2014), obra que reúne a 30 autores de 10 países que proponen su visión de la NTE desde diferentes miradas.

Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación: FISEC