
ATLAS I

Origen, propósito e impacto de una iniciativa universitaria de diálogo institucional

PAPER INSTITUCIONAL

*“Cuando decidimos crear el evento
universitario al que nosotros mismos
queríamos asistir”*

Universidad de Navarra

Iniciativa académica impulsada por estudiantes de
Philosophy, Politics and Economics (PPE)

EDICIÓN FUNDACIONAL

Nota editorial

Este documento preserva y desarrolla la lógica fundacional de ATLAS I. No pretende funcionar como una crónica exhaustiva ni como una pieza promocional, sino como una memoria estratégica: explica la necesidad que dio origen al proyecto, la arquitectura intelectual de la primera edición, la experiencia organizativa y las capacidades que el modelo demostró. Allí donde no existen métricas verificadas, el paper evita convertir percepciones en cifras y trabaja con evidencia cualitativa, decisiones de diseño y aprendizajes institucionales.

TESIS DEL DOCUMENTO

ATLAS I nació para transformar la relación de los estudiantes con los grandes debates políticos, económicos e institucionales: de una asistencia pasiva a una participación crítica, interdisciplinar y conectada con la experiencia real.

Índice

Resumen ejecutivo	3
1. Por qué nace ATLAS	5
2. El contexto académico y generacional	7
3. Qué es ATLAS	7
4. Propósito, misión y visión	8
5. Principios de trabajo	9
6. Por qué América Latina	10
7. ATLAS I: concepto y pregunta central	11
8. Arquitectura intelectual y selección de ponentes	12
9. Diseño de la experiencia	13
10. El proceso de organización	15
11. Identidad, narrativa y posicionamiento	16
12. Estrategia de conexión y participación	17
13. Impacto y validación del modelo	18
14. Aprendizajes de la primera edición	19
15. De ATLAS I a una visión de largo plazo	20
16. Propuesta de valor	21
17. Conclusión	22

Resumen ejecutivo

ATLAS I fue la respuesta a una inconformidad concreta: demasiados espacios universitarios trataban al estudiante como destinatario final de una exposición, pero no como interlocutor capaz de preguntar, contrastar y construir criterio.

ATLAS nació en la Universidad de Navarra como una iniciativa impulsada por estudiantes para acercar a la comunidad universitaria los grandes debates políticos, económicos e internacionales mediante un formato más exigente, próximo e interdisciplinar. La ambición no consistía en añadir una conferencia al calendario, sino en diseñar el encuentro al que sus propios organizadores habrían querido asistir: un espacio donde la experiencia pública y profesional no estuviera separada de quienes comenzaban a formarse para ejercerla.

La primera edición se articuló bajo el eje “Explorando las raíces frágiles de América Latina”. La pregunta de fondo era deliberadamente amplia: por qué una región con abundantes recursos, talento y posibilidades continuaba enfrentándose a estructuras económicas e institucionales frágiles. Para abordar la cuestión sin reducirla a una sola disciplina, ATLAS I reunió al expresidente del Ecuador Guillermo Lasso, al profesor Javier de Navascués y al profesor Rafael Garduño. La composición buscó conectar experiencia política y gubernamental, perspectiva histórica y cultural, y análisis académico de los desafíos económicos y productivos.

El contenido de la jornada vinculó historia, instituciones, comercio internacional, producción, industria y desarrollo sostenible. Uno de sus argumentos centrales fue que América Latina no puede limitarse a exportar lo que extrae. La inserción internacional basada principalmente en materias primas puede generar ingresos, pero también expone a las economías a la volatilidad, la dependencia y una creación insuficiente de valor. La alternativa no es el aislamiento, sino una integración más fuerte: empresas productivas, innovación, manufactura, infraestructura, seguridad jurídica y participación en cadenas globales de valor.

ATLAS I validó, sobre todo, una forma de entender la vida universitaria. Los estudiantes no necesitan que se simplifiquen los problemas complejos; necesitan acceso, contexto y un formato que les permita formular mejores preguntas. La primera edición demostró que una iniciativa estudiantil puede diseñar una conversación académica con coherencia temática, interlocutores relevantes y vocación institucional. También dejó aprendizajes operativos: la importancia de delimitar una pregunta central, seleccionar perfiles por complementariedad y no solo por notoriedad, preparar la moderación como arquitectura intelectual y extender la relación con el público más allá del momento presencial.

Por ello, ATLAS I debe leerse como una prueba de concepto. Demostró que era posible crear una plataforma capaz de conectar universidad, instituciones, empresa y sociedad sin convertirse en un espacio partidista ni en una sucesión de intervenciones aisladas. A partir de esa experiencia, ATLAS adquirió una identidad: rigor sin rigidez, ambición sin grandilocuencia, pluralidad sin neutralidad vacía y una convicción permanente de que los jóvenes no son únicamente el público del futuro, sino interlocutores del presente.

“ATLAS comenzó como una inconformidad. Se convirtió en una conversación. Y aquella primera conversación demostró que valía la pena seguir construyendo.”

1. Por qué nace ATLAS

Las universidades enseñan a interpretar el mundo, pero no siempre permiten conversar con quienes han tenido que tomar decisiones dentro de él.

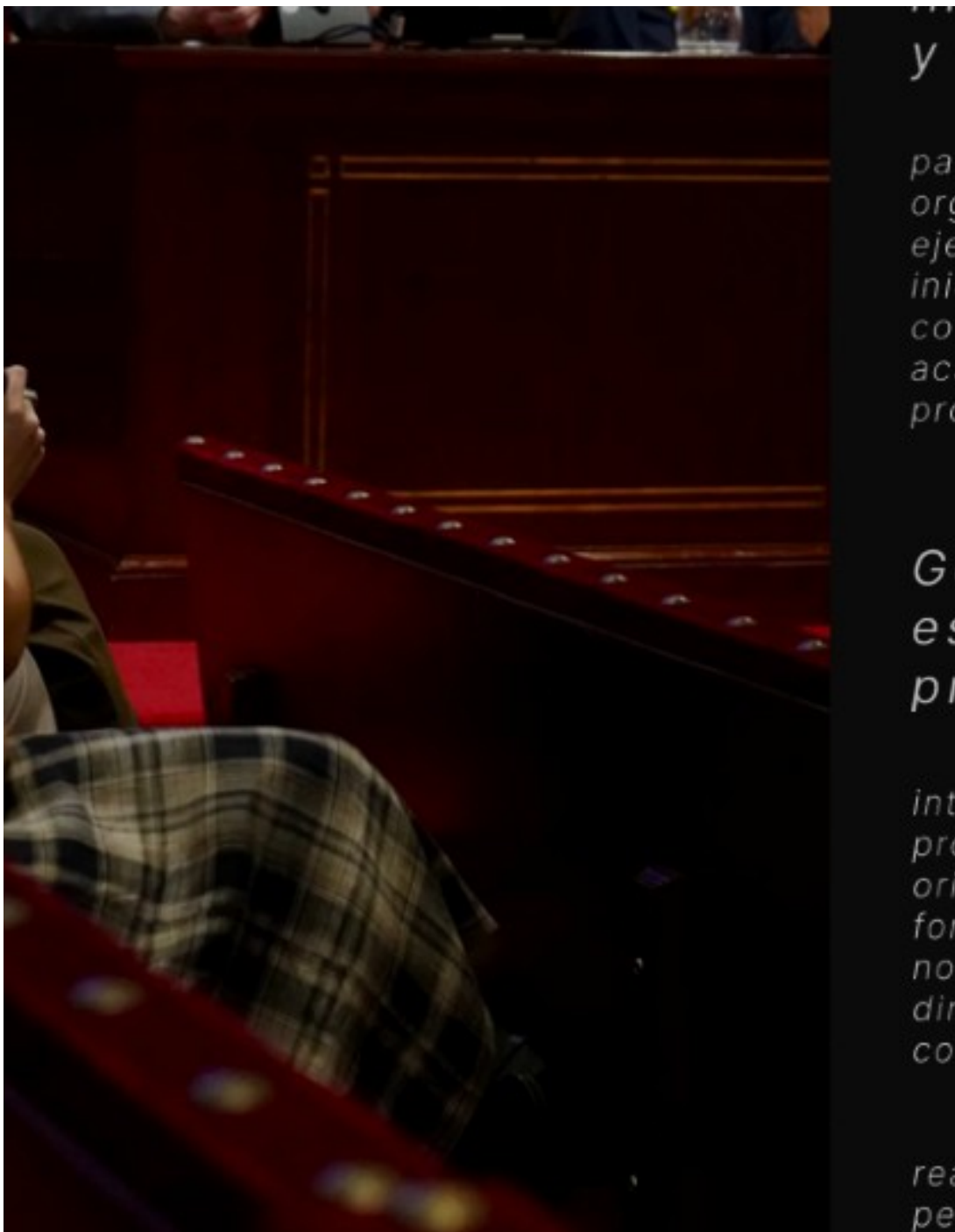
El origen de ATLAS no se encuentra en la necesidad de crear otro club universitario ni de ocupar un espacio adicional en la agenda académica. Surge de una percepción más incómoda: podían existir invitados relevantes, contenidos valiosos y auditorios completos sin que se produjera una conversación auténtica. El estudiante acudía, escuchaba y regresaba a casa. La experiencia podía ser correcta, incluso interesante, pero rara vez transformaba la relación del público con el problema discutido. Faltaban profundidad, conexión entre disciplinas y una participación más real.

Esa distancia entre asistir y participar fue el punto de partida. Desde ATLAS entendimos que el valor de un encuentro no depende únicamente del nombre de quien ocupa el escenario. Depende también de la pregunta que organiza la jornada, de la relación entre los perfiles invitados, de la calidad de la moderación y de la capacidad del público para reconocerse dentro de la conversación. Un evento universitario no debería limitarse a transferir información; debería ayudar a ordenar la complejidad, mostrar tensiones y formar juicio.

La iniciativa nació, por tanto, de una ambición sencilla y exigente: construir el evento universitario al que nosotros mismos habríamos querido asistir. Esto implicaba no separar a quienes acumulaban experiencia de quienes apenas comenzaban a construirla. También exigía tratar a los estudiantes como adultos intelectuales, capaces de enfrentarse a problemas sin soluciones prefabricadas. En lugar de reducir los debates para hacerlos accesibles, ATLAS se propuso diseñar las condiciones para que su complejidad pudiera comprenderse.

LA NECESIDAD IDENTIFICADA

No faltaban actividades universitarias. Faltaban formatos capaces de convertir la presencia de invitados relevantes en una experiencia de comprensión, contraste y participación.



La experiencia universitaria adquiere valor cuando el público deja de ser un elemento periférico y se convierte en parte de la arquitectura del encuentro.

2. El contexto académico y generacional

La generación universitaria actual vive expuesta a una cantidad de información sin precedentes. Noticias, opiniones, datos, fragmentos audiovisuales y discursos compiten continuamente por atención. Sin embargo, disponer de más información no equivale a comprender mejor. En un entorno marcado por la velocidad, la polarización y la simplificación, aumenta la dificultad de distinguir entre diagnóstico y narrativa, evidencia y opinión, estrategia e improvisación.

Esta situación hace más necesaria la formación interdisciplinar. Los grandes problemas contemporáneos no respetan las fronteras entre facultades. Una crisis institucional tiene consecuencias económicas; una decisión empresarial puede modificar relaciones laborales y políticas públicas; un conflicto internacional altera precios, inversión y seguridad; una agenda de sostenibilidad exige comprender tecnología, regulación, ética, competitividad y cooperación. Política, economía, filosofía, historia, derecho, relaciones internacionales y empresa no son compartimentos estancos, sino lenguajes distintos para interpretar una misma realidad.

ATLAS se dirige a estudiantes que no desean permanecer como espectadores pasivos. Son jóvenes que conocen la fragilidad de los discursos cerrados, pero que también necesitan herramientas para no caer en el relativismo o en la reacción superficial. La iniciativa parte de una premisa exigente: una audiencia joven puede formular preguntas relevantes, identificar contradicciones y dialogar con perfiles de alto nivel cuando se le ofrece contexto, preparación y responsabilidad.

Por ello, la propuesta no consiste en sustituir el aula. El aula ofrece categorías, métodos y conocimiento acumulado; ATLAS busca poner esos recursos en contacto con decisiones, trayectorias y dilemas reales. Su función es complementaria: llevar problemas públicos al espacio universitario, permitir que distintas disciplinas entren en conversación y mostrar que el conocimiento adquiere un valor distinto cuando debe responder a la incertidumbre.

“Los estudiantes no necesitan que se simplifiquen los grandes debates. Necesitan espacios donde puedan acceder a ellos, formular preguntas y sentirse parte de la conversación.”

3. Qué es ATLAS

DEFINICIÓN INSTITUCIONAL

ATLAS es una iniciativa académica impulsada por estudiantes de la Universidad de Navarra que crea espacios de diálogo entre universidad, instituciones, empresa y sociedad para analizar desafíos políticos, económicos y globales desde una perspectiva crítica e interdisciplinar.

En su dimensión más concreta, ATLAS diseña encuentros. Sin embargo, reducirlo a una serie de conferencias sería incompleto. El proyecto funciona como una plataforma de conexión: reúne ideas, experiencia, generaciones y disciplinas que con frecuencia aparecen separadas. Su valor no reside exclusivamente en producir un evento, sino en construir una experiencia intelectual coherente antes, durante y después de cada edición.

ATLAS es también un espacio de formación activa. Los estudiantes participan como asistentes, organizadores, moderadores, interlocutores y futuros profesionales. Esta multiplicidad de roles permite desarrollar competencias que rara vez se adquieren de manera simultánea: investigación, comunicación institucional, negociación, protocolo, marketing, coordinación logística, capacidad de síntesis y toma de decisiones bajo restricciones reales.

Igualmente importante es definir lo que ATLAS no es. No es un club partidista, una plataforma ideológica ni una campaña personal. No pretende ofrecer una interpretación única de los problemas ni utilizar la universidad como escenario de propaganda. Tampoco aspira a sustituir la actividad académica formal. Su legitimidad depende precisamente de preservar pluralidad, rigor y una relación transparente con la comunidad universitaria.

Esta distinción no es meramente defensiva. Permite comprender el estándar al que el proyecto se obliga. Cada edición debe estar organizada por una pregunta auténtica, reunir perfiles con aportaciones complementarias y ofrecer al público herramientas para construir una posición informada. La conclusión no se entrega preparada. Se genera a través del contraste.

4. Propósito, misión y visión

Propósito: por qué existe

El propósito de ATLAS es acercar a los estudiantes a los debates, decisiones y experiencias que están transformando el mundo, creando espacios donde puedan comprender, cuestionar y participar. Este propósito contiene una dimensión académica y otra cívica. Académica, porque aspira a formar criterio; cívica, porque reconoce que la calidad de una sociedad depende también de la capacidad de sus ciudadanos para discutir problemas complejos sin reducirlos a consignas.

Misión: qué hace en el presente

La misión de ATLAS consiste en diseñar encuentros académicos e institucionales que conecten a estudiantes con líderes, expertos, profesores y organizaciones mediante conversaciones rigurosas, accesibles e interdisciplinarias. La misión se traduce en decisiones concretas: investigación previa, selección deliberada de invitados, construcción de preguntas, diseño de formatos participativos, comunicación segmentada y evaluación posterior.

Visión: hacia dónde quiere avanzar

La visión es consolidar ATLAS como una plataforma universitaria de referencia para el diálogo entre juventud, academia, instituciones y sociedad, con capacidad para generar pensamiento, colaboración y proyección internacional. Esta aspiración no se basa en una expansión acelerada ni en una acumulación indiscriminada de actividades. Se apoya en la continuidad, la mejora del estándar y la creación gradual de una comunidad que reconozca ATLAS como un espacio de criterio.

COHERENCIA ESTRATÉGICA

El propósito orienta; la misión organiza; la visión proyecta. Una edición solo fortalece ATLAS cuando las tres dimensiones permanecen alineadas.

5. Principios de trabajo

RIGOR

Cada tema debe ser investigado, delimitado y presentado con cuidado. La notoriedad de un invitado no compensa una pregunta débil ni una conversación sin estructura.

PLURALIDAD

ATLAS reúne perspectivas distintas para hacer visibles las tensiones del problema, no para producir una neutralidad artificial. La pluralidad exige contraste y disposición a escuchar.

INTERDISCIPLINARIEDAD

Los problemas políticos tienen dimensiones económicas, históricas, culturales y empresariales. El diseño debe permitir que las disciplinas se expliquen entre sí.

CONEXIÓN

La experiencia de quienes han gobernado, investigado o dirigido organizaciones adquiere mayor valor cuando se pone en relación con las preguntas de quienes se están formando.

PARTICIPACIÓN

El estudiante no es un número de asistencia. Debe disponer de momentos, canales y contexto para preguntar, argumentar y proponer.

ACCESIBILIDAD

La profundidad no exige oscuridad. Los conceptos complejos deben presentarse con claridad, sin trivialización ni lenguaje innecesariamente cerrado.

CONTINUIDAD

Cada edición debe dejar una base: conocimiento, relaciones, capacidades operativas y materiales que permitan mejorar la siguiente.

6. Por qué América Latina

América Latina no es una realidad homogénea ni una colección de fracasos. Es una región diversa cuyo potencial convive con fragilidades históricas, institucionales y productivas persistentes.

La elección de América Latina como eje de la primera edición respondió tanto a su relevancia intelectual como a la necesidad de evitar explicaciones simplistas. La región concentra abundantes recursos naturales, capital humano, creatividad empresarial y una posición estratégica en el comercio global. Al mismo tiempo, presenta experiencias recurrentes de inestabilidad, desigualdad, crisis de representación, debilidad estatal y dependencia de sectores primarios. Comprender esta coexistencia exige una mirada amplia.

La fragilidad institucional no puede explicarse únicamente por decisiones recientes ni atribuirse a una sola tradición política. Requiere considerar la construcción histórica de los Estados, la relación entre élites y ciudadanía, los ciclos económicos, la inserción internacional, la capacidad fiscal, la seguridad jurídica y la continuidad de las políticas públicas. Tampoco puede hablarse de América Latina como si todos sus países siguieran la misma trayectoria. La diversidad nacional obliga a formular comparaciones prudentes y a distinguir tendencias regionales de realidades específicas.

ATLAS I quiso evitar dos extremos. El primero era una narrativa pesimista que presentara la región como condenada por su historia. El segundo era un optimismo abstracto que confundiera potencial con resultados. La conversación se situó entre ambos: reconocer las raíces de la fragilidad sin convertirlas en una excusa permanente; afirmar las posibilidades de la región sin sustituir estrategia por retórica.

Desde esta perspectiva, la pregunta por América Latina era también una pregunta por responsabilidad. La historia ayuda a comprender el presente, pero no exime a gobiernos, empresas, instituciones y ciudadanos de construir capacidades. El desarrollo no aparece de manera espontánea. Requiere acuerdos, inversión, conocimiento, productividad y confianza sostenida.

7. ATLAS I: concepto y pregunta central

“¿Por qué una región con tantos recursos, talento y posibilidades continúa enfrentándose a estructuras económicas e institucionales tan frágiles?”

El título “Explorando las raíces frágiles de América Latina” condensaba la arquitectura intelectual de la edición. La palabra “raíces” permitía mirar procesos de largo plazo: construcción estatal, cultura política, modelos productivos, estructuras de poder, relaciones internacionales e identidades. “Fragilidad”, por su parte, no se utilizaba como sinónimo de fracaso absoluto, sino como la dificultad de determinadas instituciones y acuerdos económicos para responder de manera estable, legítima y eficaz a las demandas sociales.

La pregunta central buscaba impedir una lectura monocausal. Una explicación estrictamente política habría omitido la estructura productiva; una lectura exclusivamente económica habría ignorado historia, cultura e instituciones; una perspectiva puramente histórica podía convertirse en determinismo. ATLAS I reunió estas dimensiones para mostrar que la debilidad contemporánea es el resultado de interacciones acumuladas y que cualquier estrategia de desarrollo debe operar sobre varias de ellas a la vez.

América Latina no puede limitarse a exportar lo que extrae

Uno de los núcleos de la conversación fue la dificultad de transformar riqueza natural en desarrollo sostenido. Durante décadas, una parte importante de las economías latinoamericanas ha dependido de la exportación de materias primas, productos agrícolas, minerales y recursos energéticos. Esta inserción genera ingresos y acceso a mercados, pero también expone a la volatilidad de precios, concentra riesgos y limita la creación de valor cuando no se acompaña de capacidades industriales, tecnológicas y empresariales.

El problema no es participar en el comercio internacional. El problema es hacerlo únicamente desde los segmentos menos sofisticados de la cadena productiva. América Latina necesita comerciar con el mundo, pero también producir para el mundo. Esto supone convertir recursos en productos, conocimiento y tecnología; desarrollar empresas capaces de competir

internacionalmente; fortalecer cadenas de suministro; mejorar infraestructura y conectar educación, inversión y producción.

Esta posición no conduce al aislamiento ni a un proteccionismo ineficiente. Incentivar la producción nacional significa crear condiciones para innovar, aumentar productividad, generar empleo cualificado y participar en cadenas globales de valor. El desafío consiste en construir economías abiertas, pero con capacidad propia; integradas, pero no subordinadas a una sola ventaja comparativa.

Desarrollo sostenible más allá del discurso

La sostenibilidad apareció vinculada al crecimiento y no como una agenda paralela. Una estrategia sostenible debe integrar responsabilidad ambiental, viabilidad económica, cohesión social e instituciones eficaces. No existe sostenibilidad duradera sin empleo, transición productiva sin empresas, inversión sin confianza ni desarrollo cuando los beneficios del crecimiento no generan oportunidades reales. Esta lectura anticipó una línea que ATLAS continuaría desarrollando: la sostenibilidad adquiere credibilidad cuando se traduce en decisiones, capacidades y resultados.



Una conversación interdisciplinar permite que historia, economía, política y experiencia pública operen como partes de una misma pregunta.

8. Arquitectura intelectual y selección de ponentes

La selección de invitados no respondió a una suma de nombres reconocidos. Se diseñó como una arquitectura de complementariedad. Cada perfil debía aportar una pieza necesaria para comprender la pregunta central y, al mismo tiempo, entrar en conversación con las demás. Esta

lógica es decisiva: un panel puede reunir trayectorias notables y producir intervenciones aisladas; una arquitectura intelectual busca que cada perspectiva modifique la comprensión de las otras.

Guillermo Lasso: experiencia política, económica y gubernamental

La participación del expresidente del Ecuador Guillermo Lasso aportó la perspectiva de quien había transitado por la empresa, la política y la gestión pública. Su valor no se limitaba al cargo ejercido, sino a la posibilidad de conectar decisiones económicas, restricciones institucionales y responsabilidad gubernamental. En una discusión sobre fragilidad regional, esta experiencia permitía examinar la distancia entre el diagnóstico académico y las decisiones que deben adoptarse bajo presión real.

Javier de Navascués: historia, cultura y narrativas

El profesor Javier de Navascués permitió situar los problemas contemporáneos dentro de procesos históricos y culturales más amplios. Esta dimensión era indispensable para evitar que las crisis actuales aparecieran como episodios aislados. Su contribución ayudó a analizar la manera en que las narrativas, las identidades y las experiencias de largo plazo influyen en la forma en que una sociedad interpreta sus capacidades, responsabilidades y límites.

Rafael Garduño: análisis académico y desafíos productivos

El profesor Rafael Garduño contribuyó a conectar el análisis académico con los retos económicos y productivos de la región. Su presencia reforzó la relación entre instituciones, estructura económica y posibilidades de desarrollo. La combinación de los tres perfiles permitió que la conversación no quedara atrapada en una sola escala: podía pasar de las raíces históricas a la decisión pública y de la teoría a la producción.

CRITERIO DE SELECCIÓN

ATLAS no invita únicamente por reconocimiento público. Selecciona por la capacidad de cada perfil para aportar una perspectiva necesaria y construir una conversación que no podría producirse de la misma manera por separado.

9. Diseño de la experiencia

La diferencia entre una conferencia y una experiencia formativa no está solo en el contenido, sino en la manera en que el público puede recorrerlo.

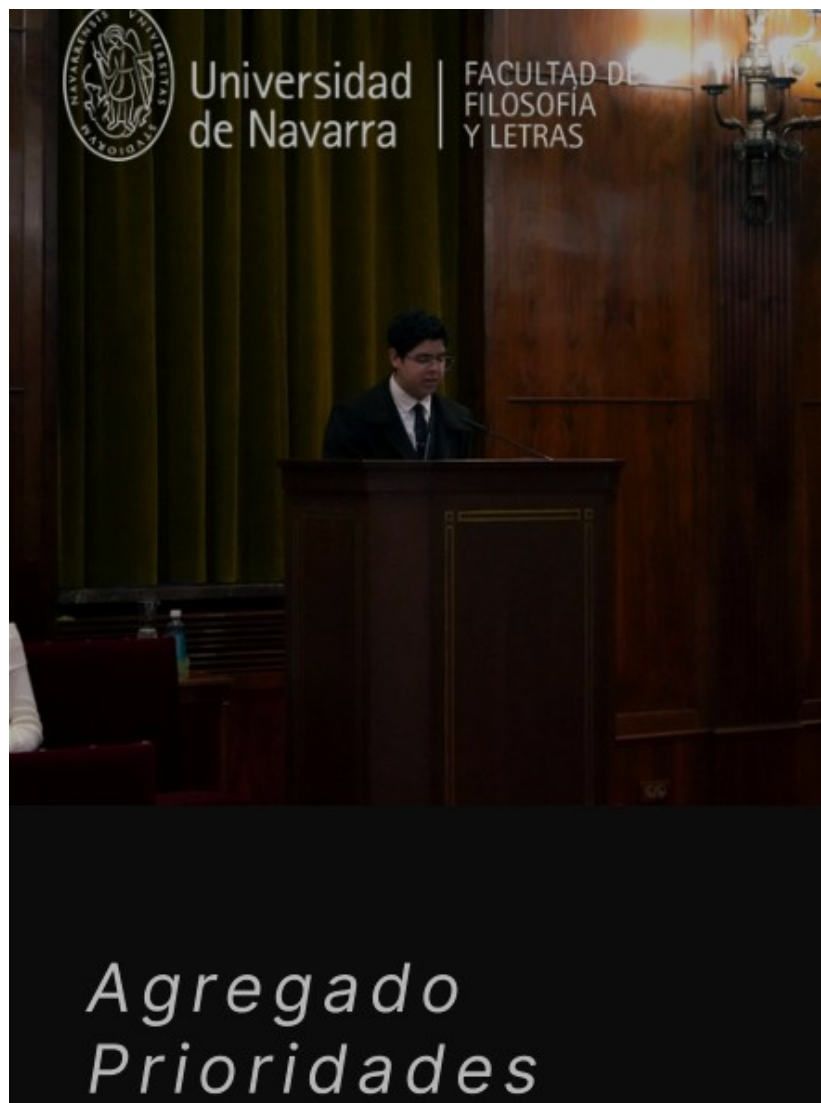
ATLAS I fue concebido para que las intervenciones no funcionaran como exposiciones independientes. El orden de la conversación debía permitir un avance progresivo: primero contextualizar, luego contrastar, después conectar las dimensiones históricas, económicas e

institucionales y finalmente abrir el problema al público. Esta progresión ofrece una estructura cognitiva. Ayuda a que el asistente no reciba una acumulación de ideas, sino un mapa.

La moderación ocupó un lugar central. El moderador no era un presentador ceremonial ni un simple distribuidor de turnos. Su función consistía en ordenar la conversación, identificar conexiones, formular preguntas críticas, traducir conceptos cuando fuera necesario y evitar respuestas superficiales. Una moderación sólida debe escuchar en tiempo real, reconocer contradicciones y reconducir la discusión hacia la pregunta rectora.

La participación del público completaba el formato. Los estudiantes pudieron escuchar, preguntar, contrastar y relacionar las intervenciones. La conversación no descendía desde el escenario como una lección cerrada; se construía entre la experiencia de los invitados y las inquietudes de la audiencia. Esta cercanía no elimina la asimetría de experiencia, pero transforma su sentido: quien sabe más no habla a una masa anónima, sino a interlocutores que se preparan para actuar.

También la identidad visual y la comunicación previa formaban parte de la experiencia. Un proyecto académico necesita credibilidad antes de comenzar. La forma de presentar la pregunta, explicar la relevancia de los invitados y construir expectativa condiciona la disposición del público. La estética no reemplaza al contenido, pero puede ordenarlo, hacerlo reconocible y transmitir que existe una intención detrás de cada decisión.



La organización estudiantil también es una experiencia formativa: exige presencia pública, claridad, protocolo y capacidad de síntesis.

10. El proceso de organización

Construir ATLAS I desde cero exigió convertir una intuición en una propuesta académica creíble. El proceso comenzó con la definición del problema y la investigación inicial. Antes de contactar invitados, era necesario demostrar que existía una pregunta suficientemente relevante, delimitada y coherente. Esta secuencia evitó que el contenido dependiera de las disponibilidades externas y permitió que cada invitación estuviera vinculada a una función intelectual concreta.

La segunda fase fue institucional: identificar perfiles, preparar contactos, coordinar agendas y explicar el proyecto con claridad. Una iniciativa estudiantil que aspira a interlocutores de alto nivel debe compensar su falta de trayectoria con precisión, cuidado y capacidad de ejecución. La legitimidad no se presume; se construye mediante documentos sólidos, mensajes coherentes, seguimiento profesional y respeto por los tiempos de cada institución.

A ello se sumaron el diseño del formato, la producción visual, la difusión, la logística y la preparación de la moderación. Estas tareas no son accesorios administrativos. Determinan si el proyecto puede cumplir lo que promete. La experiencia de ATLAS I mostró que una buena idea pierde fuerza cuando no existe una cadena operativa capaz de sostenerla y que la profesionalidad se expresa con frecuencia en detalles invisibles: confirmaciones, horarios, materiales, coordinación de sala y planes alternativos.

El proceso fue también una prueba personal y colectiva. No existía una estructura consolidada ni una trayectoria que redujera la incertidumbre. Hubo decisiones que debieron aprenderse durante la ejecución. Precisamente por ello, ATLAS formó no solo a quienes asistieron, sino también a quienes lo construyeron. Comunicación, negociación, protocolo, gestión de proyectos, liderazgo, trabajo en equipo y toma de decisiones dejaron de ser conceptos abstractos para convertirse en responsabilidades concretas.

CAPACIDAD DEMOSTRADA

ATLAS I no fue creado desde la comodidad de tener todo resuelto. Fue construido porque identificamos una carencia y aceptamos la responsabilidad de convertirla en una propuesta viable.

11. Identidad, narrativa y posicionamiento

El nombre ATLAS remite a orientación, exploración y mundo. No funciona como una metáfora decorativa, sino como una declaración de método: situar problemas dentro de un mapa más amplio, reconocer relaciones entre territorios y disciplinas, y ofrecer coordenadas para comprender. Esta identidad permite que cada edición aborde una cuestión distinta sin perder coherencia institucional.

La narrativa fundacional se construye alrededor de una tensión: no organizar otro evento, sino crear el espacio que faltaba. Esta formulación es poderosa porque no se centra en la autosatisfacción del equipo, sino en una necesidad del público. El protagonista no es la organización, sino la transformación de la experiencia universitaria. ATLAS adquiere legitimidad cuando demuestra que entiende lo que un estudiante exigente espera de una conversación de alto nivel.

La identidad visual refuerza esa posición. El rojo vino comunica profundidad, carácter e institucionalidad; el carbón aporta sobriedad y contemporaneidad; el blanco ofrece contraste, orden y respiración. Utilizados con moderación, estos elementos permiten una estética

reconocible sin competir con el contenido. El documento, la señalética, las piezas digitales y el escenario deben hablar el mismo lenguaje.

El tono institucional debe mantener un equilibrio: autoridad sin arrogancia, convicción sin exageración y ambición sin grandilocuencia. En lugar de declarar que una edición fue “única” o “extraordinaria”, ATLAS debe explicar qué decisión fue distinta, qué problema resolvió y qué capacidad quedó demostrada. La credibilidad se fortalece mediante hechos, no mediante adjetivos.

12. Estrategia de conexión y participación

El engagement no consiste en obtener asistentes. Consiste en construir una relación antes, durante y después del encuentro.

Antes: convertir una pregunta en expectativa

La relación con el público comienza antes de abrir las puertas. La comunicación previa debe presentar la pregunta central, explicar por qué importa y mostrar la complementariedad de los invitados. Una narrativa segmentada puede conectar el tema con estudiantes de política, economía, historia, relaciones internacionales o empresa sin fragmentar la identidad general. El objetivo es que cada persona comprenda qué puede aportar y qué puede aprender.

La activación de asociaciones estudiantiles, profesores y canales institucionales amplía el alcance, pero también aumenta la calidad del público cuando se realiza con criterio. No se trata de distribuir una pieza genérica, sino de contextualizar el valor para cada comunidad. Los contenidos previos —preguntas, conceptos, breves perfiles o tensiones— preparan la conversación y reducen la distancia entre el escenario y la audiencia.

Durante: ritmo, cercanía y responsabilidad

Durante el evento, la conexión depende del ritmo y de la percepción de inclusión. La moderación debe formular preguntas comprensibles sin perder profundidad. Los invitados deben disponer de tiempo suficiente para desarrollar una idea, pero no tanto como para convertir el encuentro en una sucesión de monólogos. Los momentos de intervención del público deben estar integrados en la lógica de la jornada y no relegados a un apéndice final.

La cercanía con los ponentes resulta valiosa cuando preserva el estándar académico. La interacción no debe convertirse en informalidad vacía, sino en la posibilidad de plantear dudas, contrastar argumentos y observar cómo un profesional responde ante preguntas no preparadas. Esta dinámica muestra que el conocimiento también consiste en razonar bajo incertidumbre.

Después: convertir el evento en continuidad

El cierre presencial no debería ser el final de la relación. La publicación de conclusiones, la recuperación de ideas clave, los materiales audiovisuales y la comunicación con asistentes permiten que el contenido siga circulando. También crean una memoria institucional y ofrecen una base para futuras ediciones. Una plataforma se consolida cuando cada encuentro deja recursos que pueden ser consultados, discutidos y reutilizados.

La continuidad implica además escuchar. Recoger impresiones, identificar preguntas no resueltas y evaluar el formato convierte al público en parte del proceso de mejora. El objetivo último es que las personas comprendan el propósito, perciban valor, participen, recuerden la experiencia, quieran regresar y recomienden el proyecto. Esa secuencia transforma la asistencia en comunidad.

13. Impacto y validación del modelo

El impacto de ATLAS I no debe medirse únicamente por asistencia. Las cifras son útiles cuando existen y están verificadas, pero no agotan el valor de una primera edición. En una prueba de concepto, el resultado principal es demostrar que la propuesta puede ejecutarse, que la pregunta genera interés, que los invitados encuentran un marco serio para participar y que los estudiantes responden cuando se les reconoce como interlocutores.

Entre los resultados inmediatos se encuentran la reunión de perfiles políticos y académicos de alto nivel, la construcción de una conversación interdisciplinar y la participación activa del público. Estos elementos mostraron que era posible conectar historia, economía, instituciones y empresa sin perder claridad. También validaron la decisión de no organizar el evento alrededor de una sola voz ni de una conclusión previamente determinada.

El impacto estructural fue más relevante. ATLAS I construyó identidad, generó confianza y creó una base operativa para nuevas ediciones. El equipo adquirió experiencia en relaciones institucionales, diseño de contenido, producción y comunicación. Además, la primera edición produjo un precedente: ATLAS dejó de ser una idea y se convirtió en una capacidad demostrada.

Esta validación debe interpretarse con prudencia. Una primera edición no garantiza continuidad automática ni convierte al proyecto en una institución consolidada. Sí demuestra, sin embargo, que existe una necesidad, un público y un modelo con potencial. La responsabilidad posterior es profesionalizar procesos, documentar aprendizajes y evitar que el crecimiento diluya el propósito original.



La primera edición convirtió una intención en una capacidad demostrada y dio al proyecto un punto de partida reconocible.

14. Aprendizajes de la primera edición

Una memoria estratégica pierde credibilidad cuando presenta el pasado como una secuencia perfecta. ATLAS I fue valioso precisamente porque permitió identificar fortalezas y límites. La profesionalidad no consiste en afirmar que todo funcionó, sino en evaluar qué decisiones generaron valor, cuáles deben revisarse y qué capacidades necesitan institucionalizarse.

CONTENIDO

La pregunta central debe ser suficientemente amplia para integrar disciplinas, pero lo bastante precisa para evitar dispersiones. La preparación de preguntas y transiciones es tan importante como la selección de invitados.

FORMATO

Las intervenciones deben estar conectadas. Una mesa con perfiles complementarios necesita tiempos claros, moderación sustantiva y un orden que permita al público seguir la lógica.

COMUNICACIÓN

La relevancia del invitado atrae atención, pero la narrativa del problema construye interés duradero. La campaña debe explicar por qué asistir, no limitarse a anunciar quién participa.

PARTICIPACIÓN

El público responde cuando recibe contexto y un canal real para intervenir. La calidad de las preguntas mejora cuando la audiencia comprende la arquitectura del evento.

LOGÍSTICA

Los detalles operativos sostienen la credibilidad institucional. La preparación de sala, la coordinación de agendas y los planes alternativos deben formar parte del diseño desde el inicio.

RELACIONES INSTITUCIONALES

La confianza se construye lentamente. Cada contacto debe ser tratado como una relación de largo plazo y no como una transacción vinculada a una sola edición.

EQUIPO

La distribución de responsabilidades debe ser explícita. Documentar procesos reduce dependencia de personas concretas y permite transferir conocimiento.

15. De ATLAS I a una visión de largo plazo

ATLAS I no fue un punto final, sino una prueba de concepto. Su principal legado fue mostrar que una iniciativa estudiantil podía construir un espacio académico con ambición, identidad y capacidad de conexión. A partir de esa validación, el proyecto adquirió una responsabilidad nueva: convertir la energía de la primera edición en una estructura de continuidad.

La evolución no debe consistir únicamente en aumentar el tamaño o la notoriedad. Crecer significa mejorar la calidad de las preguntas, diversificar perspectivas, profesionalizar la organización y ampliar la participación activa. Nuevas ediciones temáticas, colaboraciones académicas, vínculos con embajadas, alianzas con empresas y fundaciones, publicaciones, casos prácticos, talleres y contenido audiovisual pueden fortalecer la plataforma cuando responden al propósito central.

La proyección nacional o internacional debe surgir de la solidez, no de la precipitación. Una marca universitaria se vuelve relevante cuando mantiene estándares, genera confianza y produce valor de manera repetida. La ambición de ATLAS puede ser alta, pero su credibilidad dependerá de avanzar por etapas verificables: consolidar comunidad, documentar impacto, formar nuevos equipos y construir alianzas que compartan el sentido académico del proyecto.

La visión más amplia es una comunidad de debate capaz de conectar estudiantes con actores públicos, académicos y empresariales. No se trata de crear una audiencia permanente alrededor de la organización, sino de facilitar encuentros que produzcan criterio, colaboración y

oportunidades. ATLAS será más fuerte cuanto menos dependa del protagonismo de una sola edición y más se reconozca como una plataforma estable.

“ATLAS I habló de las raíces frágiles de América Latina, pero también de sus posibilidades. Habló de historia sin quedar atrapado en ella; de comercio sin aceptar la dependencia; y de sostenibilidad sin convertirla en consigna.”

16. Propuesta de valor

PARA ESTUDIANTES

Acceso a perfiles relevantes; formación crítica; participación; redes; experiencia organizativa; comprensión interdisciplinar y contacto con decisiones reales.

PARA PROFESORES

Un espacio de divulgación y conexión interdisciplinar que complementa el aula, activa la participación estudiantil y proyecta preguntas académicas hacia públicos más amplios.

PARA INSTITUCIONES

Diálogo con jóvenes universitarios, construcción de confianza, posibilidad de explicar prioridades y participación en una conversación seria, plural y orientada a formación.

PARA EMPRESAS

Conexión con talento, posicionamiento institucional, participación en debates relevantes y oportunidad de aportar casos, experiencia y perspectivas sobre competitividad y desarrollo.

PARA PONENTES

Una audiencia preparada, una conversación estructurada, interacción con estudiantes y un marco universitario que valora el contenido por encima de la visibilidad superficial.

PARA ALIADOS

Capacidad de colaboración, producción de contenido, impacto compartido y continuidad dentro de una iniciativa con identidad y vocación de crecimiento responsable.

La propuesta de valor no debe presentarse como un catálogo comercial. Su fuerza reside en la reciprocidad. Cada público aporta algo distinto y recibe una experiencia coherente con su función. ATLAS actúa como infraestructura de conexión: organiza las condiciones para que conocimiento, talento, experiencia y responsabilidad institucional se encuentren de manera útil.

17. Conclusión

ATLAS I demostró que los estudiantes no solo quieren asistir a conversaciones relevantes. También pueden diseñarlas, organizarlas y convertirlas en espacios de conexión entre universidad, instituciones y sociedad.

ATLAS nació porque faltaba un tipo específico de experiencia universitaria: una que no tratara al estudiante como público pasivo, que conectara disciplinas y que acercara la toma de decisiones a quienes se preparan para ejercerla. La primera edición respondió a esa necesidad mediante una pregunta exigente sobre América Latina y una selección de perfiles capaz de vincular historia, economía, política e instituciones.

La conversación mostró que la región no puede comprenderse únicamente desde sus crisis ni confiar su futuro a la exportación de recursos. Necesita producir, industrializar, innovar, fortalecer instituciones y competir internacionalmente. También mostró que la sostenibilidad pierde sentido cuando se separa de la creación de empleo, la inversión, la confianza y las capacidades productivas.

Sin embargo, el aprendizaje más importante fue institucional. Una iniciativa estudiantil puede aspirar a un estándar alto cuando existe una idea clara, una arquitectura intelectual y una ejecución responsable. La juventud no debe ser entendida como una etapa de espera, sino como una capacidad presente para organizar, preguntar y construir. ATLAS I convirtió esa convicción en evidencia.

El siguiente desafío consiste en preservar el propósito mientras el proyecto crece. Cada edición deberá seguir justificando su existencia, evitando la rutina y demostrando que la universidad puede ser un lugar donde las grandes preguntas no solo se estudian, sino que se discuten con quienes han tenido que responderlas.

“ATLAS nació para comprender el mundo. Su siguiente desafío es contribuir a transformarlo.”

ATLAS

Una conversación puede iniciar un proyecto.
Una visión sostenida puede convertirlo
en una institución.

PAPER INSTITUCIONAL | ATLAS I

*“ATLAS nació para comprender el mundo.
Su siguiente desafío es contribuir
a transformarlo.”*

Universidad de Navarra

Iniciativa académica impulsada por estudiantes de PPE

PENSAR · CONECTAR · PARTICIPAR