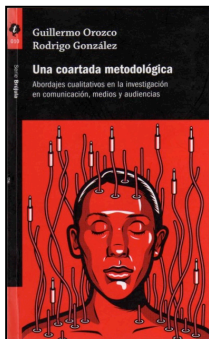




# BIBLIOTECA

## *Una coartada metodológica*



OROZCO, Guillermo y GONZÁLEZ, Rodrigo (2012): *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Productora de contenidos culturales, Serie Brújula 010.

curriculares que por lo general los estudiantes suelen ver con algún desgano en muchas ocasiones, se trata principalmente de lo relacionado con teoría y con metodología de la investigación. Con este malestar sobrevienen una serie de preguntas en torno al sentido de la misma metodología en planes y programas de estudio en comunicación. La idea de incluir materias supuestamente a quienes no tienen como orientación principal dedicarse a hacer “investigadores profesionales” (comillas obligadas).

Frecuentemente se cae en el equívoco de considerar las clases de metodología como un anticipo del supuesto investigador que se espera formar. Imaginamos que este investigador básicamente tiene un carácter un tanto endogámico: el académico, que quizá escribe libros, genera un tipo de conocimientos principalmente de utilidad para comunidades particulares en escuelas, centros de investigación y de estudio. Exageramos. Pero

Existe una tradición en la pedagogía de la metodología en ciencias sociales que le da un carácter un tanto instrumental, cuando no de cierta “obligatoriedad”, a ese conjunto de áreas

con frecuencia en muchos de nuestros estudiantes, esta es la imagen que concita la investigación: algo eminentemente académico, con propósitos escolares y vinculado, en el mejor de los casos, a las actividades docentes.

También existe esa anodina tendencia de oponer investigación a otras actividades de carácter “práctico” o, peor aún, como sinónimo de “no-útil”. Esto nos parece que se debe a un concepto muy restrictivo de la investigación que la circunscribe a lo escolar y no la concibe como un proceso casi natural de hacer preguntas y generar por medios científicos, críticos y humanísticos, la respuesta a estas.

Creemos que uno de los primeros méritos de esta “*coartada*” es ofrecer una perspectiva más dinámica y flexible sobre la práctica de la investigación académica (aunque orientada a comunicación, pero es perfectamente aplicable a cualquier otra área en ciencias sociales) que sin decirlo como tal, a lo largo de sus poco más de 200 páginas, pone en entredicho la visión caricaturesca a la que, quizá con buena intención, muchos hemos contribuido a formar en estudiantes universitarias que no ven más allá de sí misma el eminente sentido formativo de la investigación, como una práctica central en la consolidación de un pensamiento que renuncia a cualquier tipo de ingenuidad y fascinación externa. Contra lo que se piensa, y es algo que trasmina de *Una coartada metodológica*, se desprende cómo la investigación es algo más que una materia, porque forma parte de un entrenamiento de gran utilidad

para la formación de la persona, al margen de que ese egresado vaya a dedicarse profesionalmente a la investigación académica o científica en las áreas sociales.

Un segundo mérito inequívoco de este libro, es que no estamos ante un típico manual de temas sobre investigación y conocimiento científico en ciencias sociales, aunque eso no supone que algunos de estos, no se encuentren presentes en este volumen. Si el término cabe, estamos ante un libro cercano al “ensayo”, o más propiamente al “texto de divulgación”, de redacción muy fluida, sin párrafos muy extensos y con un aire de oralidad en el que por momentos emerge una voz enunciativa que parece nos explica, como un profesor solícito, una serie de asuntos en el que abundan los ejemplos de vida cotidiana, la expresión sintética no carente de recursos originales como por ejemplo la metáfora culinaria (p. 34) utilizada para explicar los temas sobre qué son los llamados “objetivos de investigación”. Aparte de estos temas, es posible hallar otros mucho más específicos y especializados que nos recuerdan lo que, por otra parte, ha sido la trayectoria de Guillermo Orozco, investigador también abocado al estudio cualitativo, la generación de modelos para conocer el comportamiento de las audiencias mediáticas.

Un mérito más del libro es, que al estar escrito a “cuatro manos”, encontramos una amigable tensión entre dos tipos de escritura y producción explicable, ya que el libro está escrito por un joven investigador y

otro experto, procedentes de generaciones distintas y que quizá explica esa plasticidad del estilo, lo que nos hace suponer al principal destinatario del libro: el estudiante de metodología, el profesor de metodología, el tesista (que como se sabe en México, hay programas que piden dicho trabajo terminal en el pregrado o licenciatura). En ese sentido el trabajo entre dos autores genera un efecto particular sobre la superficie textual. Estamos ante un investigador ampliamente reconocido, junto a un joven doctorando de la Universidad de La Plata, con una perspectiva particularmente fresca del ejercicio de la investigación académica. González es originario de Guadalajara (México), segunda ciudad de importancia del país y con una de las universidades más importantes (Universidad de Guadalajara), pero quien se encuentra concluyendo su doctorado en la Universidad Nacional de La Plata (Argentina) donde, por otra parte, Orozco ha podido ejercer la faceta particular de pedagogo en investigación. Este libro parece cerrar un proceso en el trabajo de Orozco, pero abrir otro en el joven investigador tapatío.

El origen del libro —como el propio Orozco ha tenido oportunidad de explicarlo en algunas presentaciones— data de la experiencia docente del autor mexicano en la Facultad de Periodismo en la Universidad Nacional de La Plata. Orozco había publicado ya un texto en 1995, año emblemático para este centro de estudios que migró de ser “escuela” a “facultad”.

Si bien *Una coartada...* guarda una relación con esta experiencia, clase, notas y apuntes previos, por ello su carácter divulgativo que no solo acepta una lectura lineal y secuencial, y que contra el carácter eminentemente segmentado y esquemático, estamos ante un texto que no renuncia a la fluidez e incluso a cierto componente “emocional” en su exposición, ya que comparte expresiones y situaciones muy focalmente señaladas de los estudiantes, o de claro tinte didáctico, explicativo. Eso se explica porque nos parece que su objetivo no es solamente “informar”, sino también “compartir”, a la manera de guía siempre en un tono amable, para mostrarnos ese proceso “natural” en el arte de hacer preguntas e intentar responderlas por medios que solemos llamar científicos.

Tal vez la parte más emblemática del texto sea su capítulo 6, donde encontramos el sentido del sustantivo “coartada”, y que los autores quieren vincular a la noción peirciana de “abducción”. Nuevamente hay una metáfora culinaria. Los autores muestran la dimensión dinámica del conocimiento que permite mediante la inferencia abductiva llenar huecos en el conocimiento sobre los medios.

Empero lo anterior no demerita ni significa que el lector no encontrará en el libro los temas convencionales para reflexionar sobre la metodología aplicada a los estudios de comunicación, pero en todo momento tenemos acceso a una voz enunciativa cordial que nos va acompañando a lo largo de los nueve capítulos y donde vamos leyendo originales definiciones de los

conceptos clave en cualquier curso de “metodología de la investigación” como “teoría”, “investigación”, “metodología”, “objeto de investigación”, “hipótesis”, entre muchos otros.

También se presentan —siempre de forma por demás didáctica— las referencias a los tipos de investigación que puede haber, sus etapas o momentos (Cf. Capítulo 2); la consuetudina diferencia entre lo cualitativo y cuantitativo en comunicación (Cf. Capítulo 4), por señalar algunos de los temas más previsibles. Pero encontramos también los rasgos característicos del investigador cualitativo (capítulo 5); una reflexión de corte semiótico sobre la abducción en el capítulo 6; así como el tema de audiencias que es quizá la principal contribución de Guillermo Orozco a la reflexión sobre los medios masivos (capítulo 7). El último capítulo va un poco a contraflujo de lo que ha sido todo el libro ya que es uno de los aspectos más claros donde leemos principalmente a Rodrigo González, quien resume los programas de cómputo que suele utilizar el investigador cualitativo.

El último aspecto es el hecho de que nos encontramos ante un libro de una editorial que, justamente, ve su lanzamiento con este primer ejemplar; abre también una colección (Brújulas) cuya metáfora nos permite imaginar el ambiente náutico del mundo investigativo como un tipo de mar, y la intención de un libro que ofrece, más que pasos firmes, algunas pistas que nos permitan llegar al puerto de los objetivos. «Brújulas» es el primer libro de la colección. La editorial, vale la pena subrayarlo, está siendo

impulsada por dos académicos mexicanos: Jerónimo Repoll y el diseñador editorial Leonel Sagahón, quienes con profesionalidad y buen gusto generan este primer ejemplar cómodo, muy distante a los sesudos manuales que abordan temas interminables. Dentro de su interés, ha estado el proveer de algo que, al menos en México, no parece tan frecuente: la actualización de contenidos educativos para escuelas de comunicación. A diferencia de lo que, por ejemplo, solía pasar en España, con una amplia producción académica muy diversa y especializada, México tiene que vivir o bien entre las editoriales que llevan al extremo el concepto de divulgación, o la escueta importación —siempre poco accesible para el bolsillo promedio— de algunas editoriales que sí alcanzan a colocar algunos de sus títulos en las librerías que, dicho sea de paso, no son especializadas. Por ello, concluimos felicitando a los editores por ese ejercicio de valentía por una parte, para abrir un mercado que si bien ha habido intentos de atender con proyectos de bibliotecas especializadas en comunicación, durante varios años no había sido atendido puntualmente por un proyecto que surge de la misma academia, y se dirige a ella, desde un concepto que vincula especialización, buen gusto, profesionalidad, sin negar el concepto del amplio público al que puede ir dirigido, por las razones que ya hemos expuesto.

**Tanius Karam**

Universidad de la Ciudad de México  
[tanius@yahoo.com](mailto:tanius@yahoo.com)