

2012

Orozco, G. y González, R. (2010). Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias. México: Editorial Tintable.

Beatriz Elena Inzunza Acedo
Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey

Follow this and additional works at: <https://rio.tamiau.edu/gmj>

Recommended Citation

Elena Inzunza Acedo, Beatriz (2012) "Orozco, G. y González, R. (2010). Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias. México: Editorial Tintable.," *Global Media Journal México*: Vol. 9 : No. 18 , Article 6.
Available at: <https://rio.tamiau.edu/gmj/vol9/iss18/6>

This Article is brought to you for free and open access by Research Information Online. It has been accepted for inclusion in Global Media Journal México by an authorized editor of Research Information Online. For more information, please contact benjamin.rawlins@tamiau.edu, eva.hernandez@tamiau.edu, jhatcher@tamiau.edu, rhinojosa@tamiau.edu.

Reseña de Libro

Orozco, G. y González, R. (2010). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Editorial Tintable.

Beatriz Inzunza-Acedo

Tecnológico de Monterrey

Guillermo Orozco y Rodrigo González presentan su nuevo libro titulado “Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias” con el objetivo de hacer un planteamiento epistemológico en relación con la perspectiva cualitativa de la investigación en la comunicación de audiencias. Dicho texto pertenece a la Serie Brújula de la Editorial Tintable, especializada en la publicación de textos de comunicación.

El texto se divide en ocho capítulos, e inicia trazando los pasos de un proyecto de investigación y reflexiones necesarias para cualquier estudioso del campo de la comunicación social. Es precisamente en esas reflexiones donde se encuentra gran parte del carisma de este libro, pues desmitifican la superioridad del paradigma científico (positivista) sobre los no científicos, la incuestionabilidad de las teorías y, sobre todo, la invalidez de los métodos cualitativos en comparación con los cuantitativos.

En el segundo capítulo, se describen de una forma muy amena los distintos pares epistemológicos antitéticos:

cualitativo y cuantitativo, inductivo y deductivo, positivo y fenomenológico, nomotético e ideográfico, emic y etic, holismo e individualismo, estructura y acción, objetivismo y subjetivismo, sociologismo y economicismo, micro y macro, y conflicto y equilibrio. Posteriormente, los autores hacen una revisión de los cuatro paradigmas de producción del conocimiento: positivista, realista, hermenéutico e interaccionista, así como las críticas que se lanzan entre sí, especialmente aquéllas del positivista hacia los otros tres.

En el capítulo cuatro, se presenta una comparación de las perspectivas cualitativas y cuantitativas a través de la descripción de trece diferencias puntuales que los autores identifican entre dichas perspectivas.

Es en el sexto capítulo en el que proponen su “coartada metodológica” a través de tres elementos: la inferencia abductiva, la teoría fundada y la perspectiva indicial. Para los autores, estos tres elementos, en conjunto con las mediaciones, “constituyen un cuarteto inseparable para buscar un conocimiento

que contenga el potencial de transformación de los objetos de estudio” (p.13).

Finalmente, en los últimos capítulos se abordan las diez tradiciones de estudios de audiencias desde Jensen y Rosengren (1997) y Orozco (2011), para terminar con un apartado dedicado a los paquetes computacionales y bases de datos que se relacionan con los temas y campos de investigación discutidos anteriormente.

Para el lector con experiencia en investigación, la sensación al leer este libro será de identificación y complicidad, puesto que no podrá evitar sonreír ante las simpáticas analogías que los autores proponen: desde comparar los métodos y técnicas con sartenes e ingredientes de cocina, los lentes de cámara con hipótesis y objetivos, e incluso planos de obra con proyectos de investigación. Para aquellos estudiantes iniciándose en la aventura de la investigación, este trabajo resulta de mucha utilidad, puesto que a diferencia de los libros de texto clásicos que abordan los métodos y teorías de comunicación, el lenguaje en esta obra es más humano (sin restarle formalidad académica) y menos ajeno para quien no es especialista en el tema.

Guillermo Orozco es Doctor y Maestro en Educación por la Universidad de Harvard, y actualmente funge como investigador y profesor titular del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, así como coordinador del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL). Rodrigo González es candidato a doctor en Comunicación por la Universidad

Nacional de La Plata, Argentina, y profesor de la Licenciatura en Comunicación Pública por la Universidad de Guadalajara.