

Editorial / Editorial

# El desarrollo de la investigación social y del cualitativismo crítico en España. Entrevista a Fernando Conde

## *The development of social research and critical qualitative research in Spain. Interview with Fernando Conde*

Gomer Betancor Nuez 

Departamento de Sociología II, Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), España.  
[gbetancor@poli.uned.es](mailto:gbetancor@poli.uned.es)

### RESUMEN

El desarrollo de la investigación social aplicada y del "cualitativismo crítico", desde la Transición hasta la actualidad, ha sido un proceso de relevancia en el desarrollo de la sociología profesional y en la comprensión de los problemas sociales y políticos en España. Esta entrevista, a modo de conversación abierta, explora cómo la investigación social y la investigación de mercados se han desarrollado y han influido en la sociología profesional durante este período. Lo hacemos a partir de la reconstrucción de la trayectoria biográfica y profesional del sociólogo Fernando Conde, que empieza en la Transición (período crucial en la historia de España por el que se pasa de una dictadura a un sistema democrático parlamentario y por el que se moderniza económica y socialmente el país). De forma especial, nos detenemos en algunos hitos destacados durante este proceso, como el cambio de paradigma en la investigación de mercados en España, o la importancia que ha tenido el curso de "Praxis de la Sociología del Consumo". La novedad de esta entrevista radica en que es de los primeros relatos orales del proceso de profesionalización de la investigación social aplicada en España. En ese sentido, se resalta el papel que ha tenido el "cualitativismo crítico" como escuela invisible de sociología crítica en varias generaciones recientes de sociólogos/os en España.

**Palabras clave:** Investigación social aplicada, cualitativismo crítico, investigación de mercados, Escuela Cualitativista de Madrid.

### ABSTRACT

The development of applied social research and "Spanish Critical Qualitative Research" from the Transition to the present day has been a significant process in the development of professional sociology and the understanding of social and political problems in Spain. This interview, in the form of an open conversation, explores how social research and market research have developed and influenced professional sociology during this period. We do so by reconstructing the biographical and professional trajectory of sociologist Fernando Conde, which begins in the Spanish Transition (a crucial period in the history of Spain, which

**Sugerencia de cita / Suggested citation:** Betancor Nuez, G. (2024). El desarrollo de la investigación social y del cualitativismo crítico en España. Entrevista a Fernando Conde. *Revista Española de Sociología*, 33(1), a199. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2024.199>

moves from a dictatorship to a parliamentary democratic system and the economic and social modernization of the country). In particular, we focus on some milestones during this process, such as the change of paradigm in market research in Spain, or the importance of the "Praxis of the Sociology of Consumption" course. The novelty of this interview lies in the fact that it is one of the first oral accounts of the process of professionalization of applied social research in Spain. In this sense, it highlights the role that "Spanish Critical Qualitative Criticism" has played as an invisible school of critical sociology in several recent generations of sociologists in Spain.

**Keywords:** Applied social research, spanish critical qualitative research, market research, Madrid school of qualitative research.

## INTRODUCCIÓN

Fernando Conde Gutiérrez del Álamo es Licenciado en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid. Ha sido fundador y profesor, durante sus 21 ediciones, del Curso de Postgrado "Praxis de la sociología del consumo: teoría y práctica de la investigación de mercados", organizado por dicha universidad hasta que el Plan Bolonia y la homologación de las enseñanzas oficiales al Espacio Europeo de Educación Superior imposibilitara el mantenimiento del Postgrado.

Es fundador, junto a Cristina Santamarina, de la empresa de investigación social aplicada y de mercados CIMOP (Comunicación, Imagen y Opinión Pública), un entorno profesional destacado como intersección entre la investigación pública y la privada, desarrollando investigaciones desde una perspectiva crítica, y manteniendo parte del legado de la "Escuela Cualitativista de Madrid". Como Cristina Santamarina o Luis Enrique Alonso, Conde forma parte destacada de la segunda generación de este "colegio invisible", tras el originario impulso a dicha Escuela por parte de Alfonso Ortí, Jesús Ibáñez y Ángel de Lucas.

En su práctica profesional ha investigado en numerosos campos de la sociología (consumo, juventudes, salud, urbanismo, medios de comunicación, nuevas tecnologías, inmigración, consumos culturales, etc.), tanto para empresas públicas como privadas. En diferentes publicaciones ha ido desarrollando una reflexión metodológica sobre la investigación cualitativa, haciendo innovaciones en la mirada crítica cualitativa de la investigación e incorporando un análisis sistematizado de lo que denomina el "sistema de discursos sociales" (Conde, 2009).

En esta entrevista hacemos una reconstrucción de la trayectoria biográfica de Conde como informante clave del desarrollo de la investigación social aplicada desde los ochenta hasta hace pocos años en España. Reflexionamos sobre el desarrollo de la investigación sociológica desde los años ochenta, comparando la evolución de la investigación social con la investigación de mercados. Nos detenemos en algunos aspectos clave de la transmisión del legado del "cualitativismo crítico" del que es representante Conde, como el desarrollo del Curso de "Praxis de la Sociología del Consumo", la transmisión de sus aprendizajes en las siguientes generaciones, el cambio de paradigma en la investigación de mercados en España o la necesidad de la artesanía en la investigación cualitativa y el análisis de discursos sociales.

## LOS COMIENZOS. EL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL APLICADA EN LA TRANSICIÓN

**Gomer Betancor (G B):** Quería empezar contextualizando cómo es tu inicio en la profesión. Quería preguntarte un poco por todo ese contexto, sobre la influencia de tu mirada desde una persona que, por lo que has dicho, no se socializa en Madrid. Eres de Jaén<sup>1</sup>, ¿no?

**Fernando Conde (F C):** De Linares. Pero estudié en Madrid a partir de Preu, de Preuniversitario (en aquella época con 16 años).

**G B:** ¿Cómo vives esa incorporación a la profesión en ese contexto concreto: la influencia de los maestros, también la militancia política (has comentado en alguna de tus intervenciones que estabas en Joven Guardia Roja<sup>2</sup>...)? ¿Cómo fue ese inicio, tus influencias, y qué tipo de investigaciones se hacían en esos años?

**F C:** Hombre, yo en realidad acabé en Sociología por pura casualidad, por puro accidente... Yo había estudiado Física, que no lo acabé, por el tema precisamente de la militancia política. Entonces, a mí me interesaba mucho, me interesaba y me sigue interesando mucho, todo el tema de la ciencia, la tecnología, la historia de la ciencia. Pero en aquella época me podía más, entre comillas, la militancia política. De hecho, estuve viviendo, estuve militando fuertemente, estuve viviendo en la clandestinidad. Con lo cual, mi vida se orientó de otra forma. Estuve, no recuerdo el año, pero me parece que hasta el año 79-80... Me refiero que fue incluso después de la muerte de Franco, al partido nuestro [el Partido del Trabajo de España (PTE)] lo legalizaron más tarde que al PCE. Pero incluso después de la legalización del partido, yo, entre comillas, seguía viviendo en la clandestinidad porque no había ido a la "mili", era prófugo... Bueno, todo ese tipo de cosas que en aquella época no eran mayoritarias, pero eran relativamente habituales. Entonces, cuando acabó la militancia y se disolvió el partido (yo creo que de los pocos partidos que se ha disuelto como tal), me vi que tenía cerca de 30 años y que después de 10-12 años de militancia, lo dar clases de Físicas en un instituto la verdad que no lo veía, no entraba en mi cabeza... Y, en cualquier caso, tuve que hacer la "mili"...

**G B:** ¿La hiciste al final?

Sí, en aquella época había una cierta situación de inestabilidad jurídica. Entonces, estaba declarado en rebeldía y por lo tanto tenía que pasar por la cárcel. Bueno, pues la típica cosa, me presenté a un juez, le dije que había vivido fuera de España, que no me había enterado... Bueno, las típicas cosas que se dicen, y tuve que hacer la "mili". Entonces, al hacer la "mili", que la hice completa, me dije "¿qué hago después de la "mili"?". Entonces, en la tradición de la política, ¿cuáles eran los ámbitos que a mí me interesaban? Pues economía, derecho,

1 Esta información de contexto se extrae de varias fuentes. La primera es oral, a partir de conversaciones con Fernando Conde. Fuentes secundarias de entrevistas a Fernando se pueden encontrar en Murillo (2018). Las declaraciones vertidas en ese análisis se pueden encontrar en la entrevista conjunta a Conde con Tomás R. Villasante, en el marco del Proyecto Cartografía de Culturas Radicales, dirigido por Ariel Jerez (UCM). La entrevista está disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=5zn6mgfNLn0>. Otra entrevista consultada en la que se contextualiza su carrera profesional es la concedida a la Federación Española de Sociología en el marco del XI Congreso Español de Sociología celebrado en Gijón. La entrevista está disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=5TKrTHdH5g>

2 La Joven Guardia Roja (JGR) era la facción juvenil del Partido del Trabajo de España (PTE). Esta organización desempeñó un papel importante en la oposición española durante el tardofranquismo, al representar una voz radical y militante que desafiaba tanto al régimen franquista como al proceso de transición hacia la monarquía parlamentaria. Aunque fue un grupo efímero y sufrió represión, su legado perduró en la memoria colectiva de la Transición española. Su importancia estratégica radica en que tenía capacidad para movilizar a jóvenes anti-franquistas en universidades y centros de trabajo fue significativa. Organizaron protestas estudiantiles y manifestaciones que contribuyeron a la creciente agitación política en el país. Su presencia también influyó en otros grupos estudiantiles y en el movimiento obrero. Para más información sobre la JGR y el PTE, ver [Martín Ramos \(2011\)](#).

historia, sociología, lo que podíamos llamar Ciencias Sociales en general, porque era una forma de comprender las cosas y de seguir entendiendo lo que había pasado. Entonces, la única facultad en aquella época (estoy hablando del año 1980-1981) que admitía “estudios libres” (que se llamaban en aquella época, que era decir que no había que asistir a clase) era sociología. Y entonces decidí hacer sociología.

Entonces hice sociología los dos años de la "mili", los cinco años de sociología los hice en los dos años de la "mili". Entonces, cuando salí de la "mili" (imagínate en mayo-junio), acabé sociología, y en junio-julio los exámenes. Tenía que empezar mi carrera, mi carrera laboral más que mi carrera profesional. Entonces, me puse a buscar trabajo y no encontré. Salieron unas becas en el INE para trabajar en el censo agrario y pedí una beca. Recuerdo que eran unas becas de tres meses y estuve trabajando en el INE tres meses en todo lo que es el proceso de encuesta del Censo Agrario. Entonces, después de estar allí tres meses, por un lado, me gustaba el tema de estadística y cosas de esas. Pero, por otro lado, me di cuenta que yo no podía... Me dijeron la posibilidad de sacarme unas oposiciones, y vi que era un terreno en el que yo no me encontraba bien y no lo hice. Intenté entrar en la Facultad también, en el Departamento de Cambio Social [de la Universidad Complutense de Madrid], que en aquella época estaba este hombre... Carlos Moya, me parece que era el que estaba en aquella época en Cambio.

**G B:** ¿De Cátedra?

**FC:** De Cátedra, o de Director de Departamento, la verdad es que no recuerdo. Entonces hablé con él y me dijo que sí, que por él no había problema de que yo fuera al departamento, sin ningún compromiso. Pero me pasó igual, a los dos o tres meses de empezar a ir al Departamento, proponer reuniones, “oye, porque no tenemos reuniones para charlar o para vernos, yo qué sé, para discutir temas” ...Yo veía aquello que cada uno iba a su bola...A mí, realmente, me hubiera interesado quedarme en la Facultad [de Ciencias Políticas y Sociología de la UCM] porque la enseñanza me gustaba, pero también me dije “yo aquí tampoco tengo nada que hacer”.

Entonces, decidí irme a Inglaterra a estudiar inglés porque estaba en paro. Y justo en ese entorno de intentos fallidos de encontrar trabajo (porque no era encontrar una profesión, era encontrar un trabajo y un medio de vida), me salió una posibilidad de hacer encuestas en Emopública. En aquella época, la mayoría de las empresas de investigación, salvo Nielsen y alguna más, eran empresas españolas. Eso es importante en el desarrollo laboral y profesional [de la investigación social aplicada]. En aquel momento, además, eran empresas que coincidieron con la post-Transición y la entrada del PSOE al gobierno y la eclosión de un nuevo impulso de modernización de la sociedad<sup>3</sup>. Entonces hubo, entre comillas, una cierta explosión de estudios de consumo y de estudios políticos. Porque el PSOE (Partido Socialista Obrero Español) ya empezó a utilizar estudios políticos, la UCD (Unión de Centro Democrático), también, el CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) también. Bueno, entonces Emopública, como otras empresas como ECO y Aleph<sup>4</sup>, tenían que contratar a gente nueva

3 Alfonso Ortí habla en términos similares a Conde, señalando un pacto elitista desde arriba entre las fracciones franquistas y antifranquistas de la “nueva burguesía”, articuladora del capital y del Estado (Ortí, 1989).

4 Aleph, y después ECO, eran empresas de investigación de mercados en las que Jesús Ibáñez y otros sociólogos/as del consumo desarrollaron su trabajo. Su trascendencia en la investigación social en España estriba en que fueron experiencias breves de innovación metodológica, algo que en esa época era mucho más complicado en investigaciones financiadas con dinero público (debido a la censura franquista). Como señala Antonio Cruz, “en 1958 Jesús Ibáñez Alonso fundó el Instituto de Investigaciones de Mercado ECO, (en el 1972, Alef) con un ex compañero del Instituto de la Opinión Pública, Sánchez de Celis (fue ECO el primer instituto que se monta en España). De ello vivió hasta que murió Franco. Entonces lo dejó para volver a la Universidad con un contrato de tres horas semanales. Su vida en ese intervalo fue más llevadera en la medida que le acompañaron en diferentes épocas, Alfonso Ortí, José Luis Zárraga, Ángel de Lucas...” (Cruz, 2005).

porque tenían una demanda muy grande de trabajo. Era, ya te digo, era una explosión pequeñita, pero una cierta explosión. Entonces yo había hecho un pequeño *currículum*, te lo digo para verlo en la mentalidad de la época, donde yo mi principal activo era haber sido responsable de la Joven Guardia Roja. Pero claro, era un activo que yo lo vendía entre comillas bien, porque significaba que yo tenía contactos en toda España, que tenía capacidad de organización. Me refiero a que sabía de política, supuestamente. Ahora a nadie se le ocurriría entrar en una empresa de mercado diciendo que mi principal activo es ser activista anti-OTAN, bueno, pero era otra época...

Recuerdo que la primera encuesta en la que participé. Bueno, entré en un equipo de encuestadores. Entonces Víctor Pérez Díaz recuerdo que estaba haciendo un estudio de sociología religiosa sobre las distintas generaciones que habían estudiado en los Jesuitas de Areneros, en Alberto Aguilera<sup>5</sup>. Entonces era un cuestionario muy grande, querían un perfil de entrevistador un poquito más cualificado que el entrevistador medio. Y recuerdo que montamos un equipo de 3-4 personas, y yo era una de ellas. Entonces, teníamos que ir a ver a la gente. Imagínate una cita, teníamos entrevista de una hora y media, dos horas, hablando de lo que habían hecho, las anécdotas... Y entré ahí y estuve trabajando en ese estudio. Entonces al empresario, que se llamaba Emilio Martínez Ramos, le dije que no quería ser solo entrevistador, que quería también ser técnico, pero no tenía ninguna pajolera idea de nada. Porque, además, la carrera, como la había estudiado fuera del plan de estudios oficial, no había estudiado metodología, no había asistido a las clases me refiero ni de estadística, ni de ideas... Nada, todo fue a distancia. Con lo cual, no tenía ni una pajolera idea de eso, más allá de la experiencia de militancia, que yo creo que fue mi primer y principal patrón formativo.

Bueno, total, en ese entorno, recuerdo además el salto fue en unas Navidades, en las Navidades de ese año (creo que fueron los del 82), Emilio me llama y me dice, "oye, nos han encargado una encuesta política, tengo que entregar el estudio ahora a primeros de enero y no hay nadie que en navidades que trabaje, ¿lo quieres hacer?". Y dije "hombre, pues sí". Entonces a mí me daba igual, yo quería trabajar. Bueno, y eso me abrió la puerta porque en aquella época en aquella empresa yo sabía lo que significaba cada sigla de un partido. Te quiero decir, que la gente no lo tenía claro, la gente que estaba trabajando en otros ámbitos... Yo qué sé, la Unión del Pueblo Canario, te lo digo por poner un ejemplo, o el Frente de Liberación Andaluz, no tenían ni pajolera idea. Bueno, de ahí empecé a trabajar. Entonces, llegué a un acuerdo de que yo hacía proyectos, si yo ganaba el proyecto, con una empresa (la que fuera). Así, si yo ganaba ese proyecto, el acuerdo al que llegué con el empresario era que yo participaba con el proyecto y cobraba una comisión en función del proyecto.

**GB:** Buen acuerdo.

**FC:** Sí. Yo no tenía salario, pero en realidad gané bastantes proyectos y además proyectos que eran bastante distintos a la media habitual. Uno de ellos fue lo que llamábamos la investigación cualitativa continua<sup>6</sup> para TVE (Televisión

5 Se refiere al Colegio de la Inmaculada y San Pedro Claver, conocido como Colegio de Areneros, un colegio de enseñanza media para alumnos externos fundado en Madrid por la Compañía de Jesús. En 1958 se integró en el actual Colegio de Nuestra Señora del Recuerdo (conocido como Colegio de Chamartín).

6 La investigación cualitativa continua (ICC) es un tipo de investigación longitudinal de carácter cualitativo sobre el mismo objeto, fenómeno o producto. Uno de sus precursores en España, José Luis de Zárraga, indica que esta técnica se desarrolló en el CIS entre 1979 y 1982, y que "eran una aplicación especial de los grupos de discusión, diseñada para aplicarse a campos de investigación amplios y de un modo continuado". Zárraga parafrasea un texto oficial del CIS que indica que dicha técnica consistía "básicamente en un sistema de recogida, acumulación y organización de informaciones, contenida en los discursos colectivos de numerosos grupos de discusión, para su análisis ulterior en explotaciones múltiples, dentro de una misma área temática, pero con objetos específicos y perspectivas diversas" (Zárraga, 2009, p. 41).

Española), que era un estudio que se trataba de hacer un estudio cualitativo, todos los meses, de seguimiento de la programación. Entonces gané ese proyecto y ahí viene la relación con los maestros que tú dices.

**G B:** No sabía que habías hecho eso, yo sé que estaba Zárraga...

**F C:** Zárraga había hecho el primero, lo había hecho en el año setenta y tantos, ochenta y algo, finales de los setenta... Zárraga fue el que lo inició. Pero luego, por lo que fuere, se hizo un concurso público y en el año 83-84 gané el proyecto.

## LA INVESTIGACIÓN SOCIAL APLICADA EN LOS OCHENTA

**G B:** ¿Y cómo se planteaba esa investigación cualitativa continua?

**F C:** Pues tú tenías que hacer un proyecto marco de cuáles eran los objetivos, hacer una propuesta de diseño mensual de grupos, de un guion (más menos un guion de los grupos, de la filosofía del estudio). Ellos le daban mucha importancia a lo que era el diseño de los grupos mes a mes. Yo recuerdo que en aquella época 6 u 8 grupos mensuales, no te sabría decir exactamente...

Y en aquella época había que ir a pueblitos... Yo recuerdo haber ido a Calatorao, a Molina de Aragón o a Moral de Calatrava, cosa que eso ahora mismo en ninguna investigación se hace, porque a nadie le interesa. Total, que ganamos ese proyecto. Gané otros proyectos también cuantitativos con algunas empresas (con Johnson recuerdo que gané alguno sobre estilos de vida...). Te digo esos dos porque cuando fuimos a hablar con televisión, a Emilio que era el empresario y a mí, que iba a ser supuestamente el técnico, la gente de televisión nos dijo "bueno, habéis ganado el proyecto, pero nosotros nos gustaría que en el proyecto participara Alfonso Ortí". Porque la persona que en aquella época era Director de Investigación de RTVE era una persona que había trabajado con Alfonso en el tema del coñac, en los célebres estudios de coñac que hizo Alfonso Ortí y que seguro que has visto. Entonces, tenía muy buena imagen de Alfonso, como no podía ser menos. Y entonces, Alfonso dijo "bueno, si nos entendemos bien, y si no nos entendemos, no trabajamos". Pero nos entendimos y empezamos a trabajar juntos. Entonces, a partir de ahí conocí a Alfonso, que fue en el año 1983, probablemente.

Y en el estudio de Johnson, en una investigación que se llamaba de estilos de vida, que era cualitativo y cuantitativo, nos pasó una cosa similar. En este caso no fue por demanda del cliente, pero el propio empresario sabía que yo era muy verde en temas de investigación, aunque él tenía más confianza en mí en el ámbito cuantitativo porque como había hecho Físicas me manejaba, entre comillas, mejor con los números. Pensó hablar con Ángel de Lucas para que llevara la parte cualitativa de la investigación, que eran seis grupos [de discusión] de amas de casa. Bueno, entonces hablamos con Ángel de Lucas y dijo que él nos ayudaba, pero que tenía con él trabajando a Cristina Santamarina y que él no tenía mucho tiempo. Entonces él lo que nos proponía era que Cristina Santamarina se metiera directamente en la investigación, y él supervisaba la investigación.

Entonces, en esos dos estudios fue cuando conocí a Ángel [de Lucas] y cuando conocí a Alfonso [Ortí], en el ámbito personal y profesional. Y bueno, ya a partir de ahí empezamos a trabajar. Respondiendo de una forma un poco más sucinta a tu pregunta, para mí, mi tradición de militancia y de análisis político derivada de la militancia fue más importante que la formación, no solamente académica, sino la propia formación artesanal con Alfonso y Ángel. Si bien es cierto que la formación artesanal, sobre todo con Alfonso más que con Ángel, fue muy importante. Yo

con Ángel trabajé menos. Y con Alfonso sí, me ayudó a desarrollar una mirada distinta: a generar unas dinámicas de grupo más adecuadas, a pensar una cosa que para mí era casi natural (que yo no sé si en sociología era tan natural). En política normalmente tienes que poner en relación los problemas sociales, los económicos, los ideológicos, los morales, los personales, está todo mezclado, por decirlo de alguna forma. Y la aproximación de Alfonso, como tú conoces, es muy global y muy histórica. Y a mí eso me resultaba muy cercano, entender las cosas en los procesos de cambio, además habíamos vivido el cambio de la Transición<sup>7</sup>. Bueno, total, que me identificaba mucho con ese tipo de aproximación. Y, a partir de ahí, estuvimos trabajando con ellos y con la empresa.

Entonces, a mediados de los años ochenta y, de ahí viene lo de CIMOP, empieza a cambiar la estructura de las empresas de mercado. Y Emopública es una de las primeras que cambia. ¿En qué sentido era el cambio? En una multinacionalización del cambio. Es decir, a mediados y a finales de los ochenta, empieza esa multinacionalización, yo te diría en los años 85, 86, 87... En esos años hay empresas multinacionales, más allá de Nielsen (que era la que estaba ya instalada), que quieren comprar o quieren construir empresas. Normalmente era un proceso de compra de las empresas de mercado españolas para alinearlas en esas multinacionales. Entonces Emilio, que era una persona muy abierta y creo que también muy inteligente, vio que para determinado tipo de problemas internos que él tenía en la empresa, y también para facilitar ese desarrollo de la empresa, era necesario vender la empresa o transformarla (era una cosa que podía dar juego). Entonces, planteó un modelo que era hacer de Emopública tres empresas: una empresa de campo, una empresa de estudios cualitativos y “especiales” (como él llamaba), y un departamento central (sobre todo más cuantitativo). Él diseñó ese modelo. Entonces, un sector de Emopública (el que iba a hacer trabajo de campo) se fue de la empresa y montó una empresa de campo, que es la que es ahora mismo es Random (con Fernando Canales)<sup>8</sup>. La parte que iba a ser de cualitativo, que éramos Cristina<sup>9</sup> y yo, se llamaba CIMOP<sup>10</sup>. Y luego había otra parte que iba a ser también el que iba a ser el heredero de la parte cuantitativa y técnica, que se llamaba IMOP, que es el actual IMOP Insights. Pero en ese proceso, ya no sé decirte por qué razones, el proceso de venta se paró y entonces resultaba que estaba la empresa matriz que era Emopública, un hijito pequeño que era Random, un hijito pequeño que era IMOP, y un hijito pequeño que era CIMOP. Random no quiso reintegrarse, la gente que estaba en IMOP tampoco quiso reintegrarse. Y nosotros [CIMOP] no es que no quisiéramos reintegrarnos, pero Emilio decidió mantenernos porque nosotros nunca habíamos sido asalariados de Emopública tampoco (siempre habíamos trabajado con ese convenio que te decía de comisión por trabajo).

Entonces fue una situación un poquito distinta, no éramos trabajadores de Emopública, y se mantuvo. Entonces, se mantuvo Emopública, se mantuvo IMOP, se mantuvo Random y se mantuvo CIMOP. En CIMOP nos especializamos

7 Para ver más información sobre esta relación intelectual, Conde homenajea a Ortí en una genealogía del trabajo de ambos que se puede encontrar en el libro de homenaje a Ortí (Conde, 2020).

8 La denominación actual de la empresa es Random Strategy.

9 Doctora en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid y socia fundadora de CIMOP, Cristina Santamarina es una reputada especialista en sociología de la publicidad, del diseño y de la comunicación, en análisis cultural y de los *mass media*, en la cultura e historia del consumo en España y en evaluación de políticas públicas (género, tercera edad, inmigración, discapacidad, servicios sociales...), entre otras áreas. Ha publicado libros y artículos en periódicos, revistas académicas y publicaciones culturales y ha sido directora de la revista *El Rapto de Europa*. Información obtenida en la web de CIMOP.

10 CIMOP es un instituto de investigación social y de mercados especializado en el apoyo estratégico a la comunicación, en la realización de estudios de imagen y de posicionamiento, en estudios de necesidades y de experiencia de usuario, así como en el análisis de los hábitos, valores y tendencias de la población y del consumidor. Desde su fundación en 1985 ha sido dirigido por Cristina Santamarina y Fernando Conde. Información obtenida en la web de CIMOP en <https://cimop.com/>



en estudios cualitativos y en estudios estadísticos más complejos. Emilio era el accionista de IMOP, de CIMOP también. Y a los dos o tres años, como Emopública seguía y CIMOP seguía, el nuevo accionista que había entrado en Emopública le dijo a Emilio “no puedes estar aquí y, al mismo tiempo, con una empresa de la competencia”. Entonces, llegamos a un acuerdo amistoso y le compramos la empresa, por el año, 88 u 89, debió de ser.

Y seguimos la trayectoria ya de empresa autónoma, básicamente con imagen de cualitativa, pero no solamente con investigación cualitativa. Yo, de hecho, he trabajado muchísimo siempre en estudios multivariantes, en estadística, en factorial, en clúster, en análisis de correspondencia, en discriminantes, porque siempre me han gustado y siempre he pensado que complementaban muy bien lo cualitativo. Entonces, a raíz de ahí, se desarrolla CIMOP como un nicho de mercado, con un hueco de mercado, en un entorno en que el mercado está cambiando. Se estaba multinacionalizando y se estaban generando marcos de competencia totalmente distinto a los que en el momento en que yo había entrado. Bueno, y ese es un poco el origen.

A raíz de eso, yo ya me pongo un poco más a leer temas que no había leído en la facultad: temas de lingüística, te lo digo por poner un ejemplo; o temas de psicoanálisis, que había leído cuando era joven pero que no lo había vinculado con el quehacer profesional. Muchos textos de metodología. Yo recuerdo que leía mucho de metodología, no solamente “cuali” sino también “cuanti”, muchos debates con Alfonso [Ortí] y con la propia Cristina [Santamarina]. Y luego, en el ámbito del Curso Posgrado que se montó, se generó un espacio de debate mucho más rico. Que a mí me vino muy bien porque, claro, yo tenía muchos déficits de formación académica: tenía formación personal, no sé cómo decirte, u ojo clínico, pero no tenía lenguaje. Y aun ahora me falta mucho lenguaje... Sí, me falta mucho lenguaje teórico-técnico. Yo he leído, pero cuando tu lees para tu quehacer lees distinto que, si tú lees para un examen. Yo no tengo que recordar si Lévi-Strauss dijo a o b, yo utilizo a Lévi-Strauss de una forma, mejor o peor, pero no tengo a nadie que me diga eso no lo dijo Lévi-Strauss.

**G B:** ¿Más artesanal que canónica?

**F C:** Claro. Entonces, el hecho de hacer mucha investigación “cuali” y “cuanti”, pues te das cuenta que hay dimensiones de los fenómenos sociales que dices “no puede ser que yo esté estudiando el café con leche y salga tal elemento, y esté estudiando el consumo de cerveza y salga tal elemento, o esté estudiando el problema del nacionalismo vasco y salga tal elemento. ¡Aquí pasa algo! Tiene que haber algún tipo de lógica social detrás”. Y eso te hace reflexionar, te hace pensar, te hace ver que hay complementariedades y aproximaciones que en el ámbito académico estricto no se plantean. Porque se plantean muy distintas las disciplinas, se plantean muy separadas. Si esto es antropología es antropología, si esto es sociología, esto es sociología, me da igual, politología, politología...Y tú te das cuenta que en la investigación y en la vida pues eso no ocurre. Entonces yo me acostumbré, podemos decir, a tratar de ir tejiendo, de ir construyendo espacios de sutura o de textura entre distintas disciplinas, entre distintas metodologías. Y entonces estaba buscando lecturas y buscando reflexiones con Alfonso, con Ángel [de Lucas] o con el propio Curso Posgrado, con la propia estadística, de qué significaba la estadística. A partir de ahí fui ampliando, podríamos decir, mi marco de referencias teóricas, pero primando la comprensión de los procesos sociales.



## EL CURSO DE "PRAXIS DE LA SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO"<sup>11</sup>

**G B:** Y sobre eso último que acabas de comentar, ¿cuál es tu historia sobre el curso de posgrado? Tengo apuntado aquí que empieza en 1988. ¿Cómo surge la idea, cómo te incorporas, cómo se va planteando ese curso...?

**F C:** El inicio, en mi recuerdo, en aquella época, Ángel [de Lucas] daba clase en la facultad y Cristina [Santamarina] también daba clase. Daban en aquella época Sociología del Consumo. Y hubo un grupo de alumnos, en el año 87 me parece que estaba Marián Gil, Milagros Ramasco, Rafael Machuca... Bueno, una serie de alumnos de Ángel de aquel año que le propusieron a Ángel seguir con las clases fuera de la facultad. Entonces Ángel le dijo que no, que él no hacía eso. Y yo creo que fue Cristina [Santamarina] (porque yo en ese momento no estaba en el curso), que se le ocurrió una fórmula podría ser organizar un curso de reflexión sobre consumo que adoptara un formato diferente a una clase particular de Ángel que no quería hacer. De ahí el curso.

Entonces, Ángel y Cristina, que fueron el núcleo fundante (yo te diría casi más Cristina que Ángel, pero bueno), se lo propusieron a Alfonso, que Ángel y Alfonso [Ortí] eran también una pareja indisoluble. Yo, que estaba con Cristina en CIMOP, y Juan Jesús González, que en aquella época estaba trabajando con Ángel y Alfonso en temas de sociología rural, estaban haciendo investigaciones sobre la juventud rural recuerdo por aquellos años<sup>12</sup>. Entonces, montamos un curso esos cinco profesores, por decirlo de alguna forma, que se llamaba Curso de Posgrado, porque en aquella época no había ni legislación de master ni legislación de cursos ni de nada, y empezó a hacerse... El primer año recuerdo que se hizo, pedimos prestado un local del Colegio de Sociólogos. Y en el primer año todos los profesores asistíamos a todas las clases. Fue una cosa muy abierta... Ángel y Alfonso sabes que venían de la experiencia de la Escuela de Sociología.

**G B:** ¿CEISA?<sup>13</sup>

**F C:** Sí, con lo cual, yo creo que ellos también tenían un poco la imagen de esa continuación con ese tipo de enseñanza probablemente. Había unos debates

11 Este curso se contextualiza en el proceso de institucionalización del "cualitativismo crítico" en España (Alonso y Rodríguez Victoriano, 2014). Estos autores señalan, al respecto, que "dirigido por Ángel de Lucas supondrá, hasta su clausura en 2008, un espacio docente privilegiado para el intercambio, el desarrollo teórico y metodológico y la difusión del enfoque del cualitativismo crítico. Durante veinte años, el curso se convertirá en la mejor escuela española del cualitativismo crítico" (Alonso y Rodríguez Victoriano, 2014, p. 17). Un manual de consulta sobre Sociología del Consumo, derivado de las reflexiones e intercambios de este curso, se puede consultar en Arribas et al. (2013).

Una reflexión de este curso puede encontrarse en el programa de radio sobre este Postgrado en Canal UNED, donde participaron sus representantes José María Arribas y Alfonso Ortí. Está disponible en <https://canal.uned.es/video/5a6f16b7b111fc06d8b46fd> Otro programa de radio más reciente, el Programa "En las Encrucijadas" (en El Estado Mental), recuerda y reflexiona sobre este Curso. En dicho programa participan Matilde Fernández-Cid, Araceli Serrano, Diego Herranz y David Prieto. Se puede escuchar en <https://elestado mental.com/radio/en-las-encrucijadas/praxis-de-la-sociologia-del-consumo>

12 Se refiere al estudio sobre juventud rural en España que se puede ver en González et al. (1985).

13 CEISA era el acrónimo de Centro de Enseñanza e Investigación, Sociedad Anónima. A pesar de la censura y las restricciones impuestas por el régimen franquista, CEISA promovió en la década de los sesenta una atmósfera intelectual abierta, permitiendo a los investigadores explorar temas sociológicos y políticos que de otra manera habrían sido prohibidos. En un contexto donde el régimen franquista controlaba la producción de conocimiento y la educación de manera estricta, CEISA permitió la creación de conocimiento alternativo y perspectivas críticas sobre la sociedad española.

Sobre CEISA, Irene Liberia señala que tras la revuelta estudiantil de 1956 contra la universidad franquista (la Generación del 56 -Ortí, 2001) había sido apoyada por una serie de profesores y catedráticos críticos y progresistas (entre los que se encontraban Jesús Ibáñez o José Vidal-Beneyto). Dichos profesores impulsan la creación de CEISA. Este centro "no tiene más remedio que constituirse como Sociedad Anónima con un Consejo de Administración para poder existir pública y legalmente, y para mantener su autonomía en el contexto político totalitario del momento. El objetivo primordial que perseguían los responsables de esta iniciativa era permitir que los alumnos de los Cursos de Sociología pudiesen seguir estudiando y que los profesores expulsados continuasen su trabajo en España. CEISA fue un centro pionero en el que se desarrollaban una serie de actividades docentes e investigadoras que no tenían cabida en el mundo académico de la época" (Liberia, 2019, p. 84). Liberia señala que "se trataba de crear el primer espacio en la Universidad española para desarrollar una ciencia social crítica. Así, CEISA y las organizaciones que vendrán después a sustituirlo, surgen con una clara vocación contestataria contra la sociología oficial, evidente soporte del statu quo" de la época (Liberia, 2019 p. 85). Otra reflexión sobre el legado de CEISA la hace el propio Vidal-Beneyto (2009). Agradezco a David Prieto el acceso a parte de las fuentes de información sobre CEISA.

muy vivos, había pocos alumnos. Yo creo que este grupo pudieron ser 14 o 15 no sé, y nosotros, ya te digo, con muchos debates... Entonces, de una forma u otra, yo creo que salió la idea de por qué no se formaliza más, por qué no hacemos otra edición. Nosotros, Cristina y yo, como estábamos en la empresa [CIMOP], nos encargamos de conseguir algún patrocinador, que en aquella época incluso era muy complicado porque la universidad no tenía figuras legales para los patrocinadores... Bueno, y yo creo que se hizo un par de años más casi con ese equipo inicial, creo, no sé cuántos años más, pero uno o dos años casi seguro. Luego Alfonso propuso incorporar a Luis Enrique [Alonso], que estaba con él en su departamento<sup>14</sup> y que podía dar más una perspectiva más de sociología y de economía, ya lo conoces tú. Y se incorporó también Luis Enrique. Luego se incorporó, no sé si fue por Ángel también, que propuso que se incorporara Chema Arribas, porque también estaba con él haciendo temas de sociología rural. Juan Jesús y Chema estaban trabajando en ese ámbito. O sea, que eran personas próximas que trabajaban en nuestro entorno personal, que eran gente que trabajaban en investigaciones prácticas y que también tenía una inquietud teórica, o bien que estaban incluso en el mundo académico, como eran Chema [Arribas] y de Luis Enrique [Alonso]. También se incorporó Javier Callejo, que estaba también trabajando en aquella época con nosotros en CIMOP.

**G B:** Ah, ¿sí?

**F C:** Sí, Javier [Callejo] empezó trabajando, colaborando en el último año de Emopública y luego con nosotros en CIMOP. Estuvo 7 u 8 años, quizá más, con nosotros. Luego, a raíz de Cristina [Santamarina], se incorporó José Miguel Marinas. Y a partir de Ángel [de Lucas] se incorporó Félix Recio. Bueno, y se fue poco a poco ampliando el equipo, que estuvo mucho tiempo hasta prácticamente los años finales en que hubo el cambio, en que se incorporó Araceli Serrano. Yo creo que incluso Mario Ortí llegó a colaborar también. También se incorporó José Andrés Torres Mora en un momento determinado, porque necesitábamos gente de la facultad, profesores de la facultad para cumplir los requisitos legales. Bueno, y así se fue desarrollando el curso. Los primeros años teníamos muchos debates de profesores para el desarrollo del programa, incluso discutíamos casi palabra a palabra.

**G B:** ¿En qué sentido?

**F C:** Pues, por ejemplo, la palabra *praxis*. Por qué hablar de la palabra *praxis* y no llamarlo Curso Posgrado de sociología del consumo. Entonces, sobre todo Ángel y Alfonso, que eran los más formales, tenían más autoridad que cualquiera de los demás y más conocimiento. Porque la palabra *praxis* era la vinculación de la teoría y la práctica, porque en la tradición de la Sociología Histórica la *praxis* era no sé qué, entonces se discutía o por qué llamarlo... Recuerdo a Ángel la aproximación, un capítulo recuerdo que se llamaba “in medias res”<sup>15</sup>, porque la etimología latina, no sé qué... Entonces eran discusiones muy ricas para mí que estaba totalmente alejado de ese mundo, digo ese mundo más del conocimiento teórico, por decirlo de alguna forma. O si conviene meter el psicoanálisis y por qué; o por qué la lingüística y qué tipo de lingüística; o qué corriente de lingüística era la más apropiada. Yo recuerdo que conocí a Bajtín por la militancia política, porque había leído un libro suyo que se llamaba “La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento” (Bajtín, 2005), con todo el tema del carnalesco que nos inspiró muchos temas de práctica política alternativa. Conocí a Bajtín por eso, pero no tenía ni pajolera idea de que Bajtín

<sup>14</sup> Se refiere al Departamento de Sociología en la Universidad Autónoma de Madrid.

<sup>15</sup> Expresión latina que significa “en pleno asunto, en medio de la acción” y se usa especialmente referida al modo de comenzar una narración.

era un gran teórico de la lengua, del *dialogismo*, y con ellos pues te enterabas. Y por qué Bajtín, y no Jakobson. Y por qué Jakobson para una cosa, y no para otra. Entonces, en el curso, los profesores debatían muchísimo todo ese tipo de cosas, y para mí fueron unos años de formación súper intensa, porque teníamos una reunión, yo creo, casi todos los meses, y luego era el debate con los alumnos. Para mí fue una experiencia formativa estupendísima.

## LA TRANSMISIÓN DEL LEGADO DE LA ESCUELA CUALITATIVISTA DE MADRID

**GB:** Y en cierto modo fue, a veces pienso, como el eslabón que institucionaliza la transmisión de ese legado.

**FC:** Probablemente sí...Sí, seguro.

**GB:** Pienso en mi generación, la de Marina Requena (posiblemente Marina sea la más brillante representante), y es difícil mantener esa tradición de análisis crítico si no hay este tipo de dispositivos, con las condiciones actuales que hay de la universidad neoliberal y el productivismo excesivo...

**FC:** Sí. Antes del curso esa función yo creo que la cumplió Jesús [Ibáñez] en parte, aunque Alfonso era profesor y Ángel era profesor, al ser PNNs tenían una situación muy periférica<sup>16</sup>. Jesús fue Catedrático. De hecho, hubo una disputa entre Ángel [de Lucas], Alfonso [Ortí] y Jesús [Ibáñez] por el hecho de que Jesús fuera catedrático, porque lo vieron como una cierta traición... Pero yo creo que el hecho de que Jesús fuera catedrático permitió que en la facultad hubiera un Departamento con una cierta tradición y corriente crítica, tanto entre los profesores como entre los alumnos. Es verdad que, de hecho, Jesús, cuando participó en el curso, era como una especie de autoridad moral. Yo recuerdo que cuando Jesús se murió tuve que dar una clase de Jesús sobre la teoría de la medida y que para mí fue horrible prepararla, pero que me sirvió muchísimo. Porque a mí me gustaba mucho la estadística, me gustaba mucho la teoría de la medida, había leído mucho sobre la historia social de la medida... Bueno, y el hecho de no estudiarlo para ti sino para exponerlo, pues me vino muy bien. Pero bueno, eso es una anécdota. Pero sí es verdad que en la medida en que Jesús se va, muere ese espacio institucional de la reflexión sociológica crítica (no solamente de la investigación cualitativa).

Y yo sí creo que el Curso de Posgrado, como tú dices, probablemente haya sido el espacio institucional que haya cubierto durante veintitantos años ese espacio de transmisión. Que no sé ahora cómo está, yo creo que está perdido como espacio, aunque hay personas, yo que sé, la misma Araceli [Serrano] o la misma Marina [Requena] o Manolo [Rodríguez Victoriano] en Valencia, o Luis Enrique [Alonso]. Pero no hay un espacio institucional que como tal juegue o apueste por eso.

De hecho, no tiene nada que ver, pero uno de los debates que había en el curso, sobre todo en las referencias a Jesús [Ibáñez], es hasta qué punto hay que institucionalizarse o no. Pero eso te vale para el mundo de las ideas y el mundo de la política. Si tú no tienes un mínimo espacio institucional, la posibilidad de que tus ideas se difundan o se mantengan son súper limitadas.

<sup>16</sup> PNN es el acrónimo de "profesor/a no numerario". Eran docentes que trabajaban en universidades y centros de educación superior bajo un estatus laboral precario. La figura de los PNN surgió debido a la creciente demanda de profesionales en el ámbito de la educación superior, pero el régimen franquista buscaba mantener un control ideológico y una estructura jerárquica en las instituciones educativas. A diferencia de los profesores titulares o catedráticos, los PNN no gozaban de la misma estabilidad laboral y tenían contratos temporales, renovable año tras año, lo que les llevaba a vivir en la incertidumbre laboral. A lo largo de la transición democrática, los PNN comenzaron a movilizarse para reivindicar una mejora en sus condiciones laborales y la equiparación de derechos con los profesores numerarios. Sus principales demandas eran la estabilidad laboral, la igualdad salarial y la participación en la toma de decisiones académicas. Aspiraban a obtener plazas fijas y eliminar la precariedad en su situación contractual (Jiménez Jaén, 2000).

Creo que lo de la “Escuela Cualitativista” también es curioso, porque yo creo que fue, si mal no recuerdo, una invención de Alfonso Ortí: la “Escuela Cualitativista de Madrid”. Porque Alfonso siempre sabes que ha estado con la idea de la federación, de la confederación. Y entonces en vez de plantearse como una sociología crítica, que era como muy ampuloso, yo creo que él puso lo de la “Escuela de Madrid” o “Escuela Cualitativista Madrileña” o algo así, como para decir: “bueno, somos poquitos, somos de Madrid”.

Y, de hecho, mucha gente de esta corriente empezó a utilizarla. Al principio se hablaba del *colegio invisible*<sup>17</sup>, un poco como lo de Bateson. Y yo creo que Alfonso para eso es muy bueno. Lo es para muchas cosas, pero para eso es muy listo, acuña expresiones que tienen capacidad de trascender y de marcar una orientación. Entonces claro, el hecho de la “Escuela Cualitativista Crítica de Madrid” o “cualitativismo madrileño”, pues permite aunar corrientes y tradiciones relativamente disímiles. Porque yo creo que el proceso de individualización, por ejemplo, de la segunda o tercera generación, es mucho más grande que la primera. Jesús Ibáñez, Alfonso Ortí, José Luis Zárraga ..., habían trabajado juntos, habían colaborado juntos, habían trabajado en las mismas empresas. Eso, en la segunda generación, ya no ocurre. Yo estoy en un lado, Luis Enrique Alonso está en otro lado, Javier Callejo está en otro lado, Chema Arribas está en otro lado. Hemos colaborado en algún caso más, como puede ser el caso de Javier, pero no hemos formado parte de equipos de trabajo, no sé si me explico. Y ya la tercera generación ni te cuento.

**G B:** Es la ruptura... En el sentido de que lo que distingue la segunda y la tercera es de ese proceso es la incorporación total en el mundo académico, aunque haya colaboraciones puntuales. En la tercera no hay tanto ese proceso de hibridación de enriquecer la academia con lo que pasa en la investigación social aplicada y viceversa, ¿no?

**F C:** Por eso te digo, la primera generación nace en el mercado. Bueno, la historia ya se conoce, porque la universidad les expulsa y no les admite, pues todo ese tipo de cosas... Nace en el mercado, en el trabajo productivo de investigación, vamos a llamar de toda la vida, aunque en aquella época era una emergencia en este país. La segunda generación, hay un sector como nosotros, Cristina [Santamarina], yo, Javier Callejo, que hemos trabajado en la empresa y hemos colaborado con la academia. En el caso de Javier o de la propia Cristina, sido profesora prácticamente durante toda su vida. Yo bastante menos, yo fui profesor un par de años, más allá del curso de posgrado, un año para entendernos, hasta que nos echaron. Y luego, gente que prácticamente, salvo alguna colaboración esporádica con la investigación, como es el caso de Chema o Luis Enrique, que son más profesores que investigadores, por decirlo de alguna forma.

Y luego lo que tú dices, yo creo que la tercera generación, son más profesores directamente, aunque hayan hecho también investigación. El caso de Araceli [Serrano], por ejemplo, nosotros en CIMOP hemos colaborado con ella, y ella con nosotros. Nosotros con ella en algunas investigaciones cuando era más joven, y a mí me hubiera encantado que se hubiera quedado trabajando con nosotros porque es una mujer súper maja y súper lista. Pero se orientó más al mundo académico, y yo creo que el mundo académico le tiene que estar muy agradecido porque es una súper profesora.

<sup>17</sup> En este sentido, el modelo de Palo Alto considera la comunicación como un proceso social permanente de puesta en común y participación, donde comunicar implica construir un sentido en la interacción (Bateson y Ruesch, 1984). Algunos sociólogos/as españoles/as, tomando esa idea de lo que los estadounidenses (influidos por el interaccionismo simbólico) consideran “colegio invisible” como corriente de pensamiento no formalizada de una disciplina científica, importan esta idea al desarrollo de la sociología y del cualitativismo crítico en España. En esta línea, Álvarez-Uría y Varela hicieron un ensayo sobre los colegios invisibles y las relaciones de poder en el proceso de institucionalización de la Sociología en España (Álvarez-Uría y Varela, 2000), mientras que Alfonso Ortí acuñará el término para hablar sobre el cualitativismo crítico (Ortí, 2001).

Pero sí es verdad que ha habido esa evolución de...De hecho, incluso, en el propio mercado hay una evolución, es curioso... Yo recuerdo cuando yo empecé en el mercado, en el año 82-83, el nivel de demanda, de cualificación de la demanda de la investigación en el mercado era una investigación muy dirigida, muy orientada. Pero era una súper demanda cualificada. O sea, la gente sabía interpretar los análisis multivariantes, sabía de qué iban los grupos. Era muy exigente. Y el mundo de la administración pública era bastante rudimentario. Y, sin embargo, ahora en el mundo de la investigación, la demanda del mundo del mercado es muy pobre: hay muy poca exigencia técnica, de cualificación, más allá de campos muy específicos como puede ser la investigación de audiencias, que necesita una especialización muy grande y un conocimiento técnico muy grande. Pero en la investigación estándar, el nivel de exigencia, es súper reducido. Y, sin embargo, en la administración pública, como se han ido formando y se ha mantenido una cierta cultura profesional, hay mayor exigencia. Es decir, tú a un cliente privado le das este informe y dice: "ay, qué bien". Y tú esto se lo das a la administración y te dice: "oye, esto es bastante pobre".

También ha habido un cambio que tiene que ver con lo que estábamos hablando antes: la multinacionalización, la globalización, el cambio del mercado en España... Es decir, lo que estábamos hablando antes. Antes, a TVE le interesaba que pensaban las mujeres españolas mayores de Moral de Calatrava, o los agricultores de Calatorao. El Director de Marketing de Unilever en Rotterdam no sabe dónde está Soria y no le interesa lo que piensa las amas de casa de Soria. Entonces, el tipo de perfil profesional de la empresa aquí es mucho más particularizado, mucho más especializado. Entonces, son cambios que se van produciendo.

## CAMBIOS SOCIALES Y CAMBIOS EN LA INVESTIGACIÓN SOCIAL APLICADA

**G B:** Es paradigmático, ya no hay voluntad de hacer reuniones de grupos con el ejemplo de amas de casa de Soria, porque las amas de casa de Soria ya se tienen que adscribir a un nuevo tipo de consumo que viene más de arriba, ¿no?

**F C:** Clarísimamente. Yo, de hecho, ahora mismo, lo que te digo de ICC de la TVE era muy habitual, era un básico. De hecho, si no lo hacías, no te daban el concurso [público]. Pero hasta esos años era muy habitual que, en cualquier investigación de mercado de leche, pues te fueras, yo qué sé, a Peñafiel, o a Olmedo, o a Ponferrada..., para ver cómo desde ese mundo como se veía el consumo de leche. Y ahora, en la gran mayoría de las investigaciones haces los grupos en Madrid, Barcelona, Valencia, a lo mejor Bilbao, Sevilla, Zaragoza, y alguna ciudad más y para de contar.

**G B:** ¿Estás hablando solo en investigación privada? ¿También pública?

**F C:** Privada. En pública lo que te digo todavía depende de los temas te piden algo más, pero en la privada... Incluso, en algunos sitios, Madrid, Barcelona y para de contar. E incluso tiene que ver con lo que tú dices, es decir, con la importancia de los mercados. Yo siempre me acordaré cuando empezó la TV por cable. Lo digo como ejemplo, recuerdo que en Cádiz nadie se presentaba: no había ninguna persona, ninguna empresa que se presentara en Cádiz a la TV por cable. Recuerdo esa anécdota, porque claro, Cádiz era un mercado muy empobrecido en el que la posibilidad de rentabilización era mínima. Mientras que Euskastel en el País Vasco, como era zona rica, todo el mundo pujaba, más allá de que fuera en aquella época pública. Pero todo el mundo pujó cuando se privatizó. Es decir, que hay dinámicas de mercado, los grandes sectores

de los consumidores están en las ciudades, lo que tú dices, la adscripción... Antes todavía la propia estrategia de la publicidad trataba de adaptarse a los territorios nacionales. Era muy habitual hasta mediados de los noventa que un departamento, que una empresa (salvo algunos sectores como el tabaco, que eran marcas más globales), pero en alimentación, en automóviles, las campañas eran bastante nacionales. Había a lo mejor anuncios globales, pero eran muy nacionales. Pero a partir de esa época, muchas de las agencias de publicidad lo que hacían era traducir al castellano el anuncio que se ponía en todo el mundo.

Entonces claro, eso significa que hay un empobrecimiento también de los departamentos de las agencias de publicidad. Tú no tienes que tener la creatividad de la agencia Contrapunto de finales de los ochenta, porque ¿para qué vas a ser creativo si lo que tienes que hacer es traducir?... Entonces, eso, a mi juicio, ha conllevado un empobrecimiento enorme de los perfiles profesionales de las empresas de este país: ha habido una subordinación y un aumento de la dependencia, no solamente tecnológica y política y comercial, sino de conocimientos.

**G B:** Yendo a temas específicos, has hecho muchos estudios a lo largo del tiempo sobre juventudes, muchas veces con la FAD (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción)<sup>18</sup>.

**FC:** Sí, eso fue con el Instituto de la Juventud, por un lado. Y en la última época fue más con la FAD. Pero no solamente con la FAD, con Cruz Roja hice varias cosas de juventud. Con la propia administración pública he hecho cosas con la juventud, temas de salud (Conde y Pérez, 1995; Conde y Gabriel, 2002), por ejemplo.

**G B:** En esa línea, en algunas de tus intervenciones en los últimos años has comentado cómo la juventud en el 15M fue la primera desde la Transición en ser protagonista de sus propias demandas, en un contexto como de cierta ruptura social. En relación a eso, por lo que he leído lo tuyo, hablas a finales de los noventa de los “hijos de la desregulación” (Conde, 1999). Sobre ese cambio más cultural entre el fordismo y el posfordismo. Entiendo que cuando hablas de cambio lo haces más nivel cultural que productivo.

**FC:** Yo siempre lo he entendido desde la línea que te estaba diciendo antes, de una forma más, con más dimensiones que la estrictamente cultural. Hay una dimensión política, una dimensión jurídico política que es fundamental, que es el cambio en las relaciones del mercado de trabajo, de la regulación del mercado de trabajo (que eso no es una dimensión cultural). De hecho, la idea de la desregulación viene de la desregulación de las relaciones laborales que se produce por aquella época. La primera gran reforma desreguladora, aunque ya había habido antes alguna en España, me refiero fue en el año 94.

Era muy significativo de que había un alejamiento de la gente joven del movimiento sindical, eso era evidente. Entonces, tiene esa dimensión jurídico-política, que para mí es fundamental. Y tiene una dimensión económica, el crecimiento de la contratación temporal en aquella época se dispara. Es decir, ahora mismo estamos diciendo que el 30-40 % o no sé cuántos, es de contrato temporal. En aquella época eran tres puntos menos. Es decir, yo tengo hecho una cosa para la FAD (Rodríguez San Julián et al., 2013) sobre el seguimiento de la contratación temporal en los jóvenes, y había una temporalidad ya muy grande. A finales de los ochenta empieza una temporalidad que te mueres, y en los noventa se masifica... Es decir, yo no creo que sea una dimensión, sólo una dimensión cultural. Si tú te refieres a productiva, en el modelo productivo, también hay un cambio productivo porque en España, finales de los ochenta, se produce un proceso de desindustrialización muy fuerte. Y, por lo tanto,

<sup>18</sup> Estos estudios se pueden ver en Conde (1985; 1989; 2007).

de pérdida de lo que podemos llamar del núcleo duro de la clase obrera. Por llamarlo, para entendernos, del obrero de cuello azul.

Y hay un desarrollo y una apuesta por los servicios muy grande ahí (entiéndase construcción, entiéndase turismo), que siempre han sido un núcleo duro del modelo productivo español, pero que en aquella época se desarrolla todavía más. De hecho, el desarrollo de la construcción en aquella época es fundamental para entender lo de los hijos de la desregulación porque permite, sin un nivel de cualificación formal grande, hacer un ingreso relativamente grande.

**G B:** Muy acotado en el tiempo.

**FC:** Muy acotado en el tiempo, efectivamente. Pero en aquella época hubo mucha gente joven que se deslumbró con la posibilidad de ganar X euros, mientras que apostar por otro tipo de trabajo o de estudio era más incierto. Yo recuerdo que en aquella época los becarios prácticamente cobraban muchísimo menos que un “paleta” levantando muros. Entonces, ese entorno es el de los “hijos de la desregulación”. Es decir, no es solamente un tema cultural. De hecho, yo todavía me acuerdo de una cosa de los grupos de los “hijos de la desregulación” que era un grupo de Sevilla, que recuerdo que decían “nos hemos despertado del sueño”. Y el sueño era eso que tú estás diciendo: lo coyuntural. Claro, si es coyuntural yo me lo puedo montar, yo durante dos años abandono mis otros tipos de cosas. Gano aquí pasta, me compro una moto, me compro ropa, entro en la lógica de consumo... El consumo de droga en aquella época fue también una explosión, pero, de pronto, me doy cuenta de que esto no es coyuntural, entonces “¿qué hago yo con mi vida en la precariedad?”. Y ahí hay un cambio, podemos decir, de mentalidad.

**G B:** ¿Es la generación de 15M?

Sí. De los jóvenes adultos, que es el centro del 15M. Podemos o Mas Madrid, esa es la generación de los “hijos de la desregulación”.

**G B:** Bueno, juventud del PSOE también.

**F C:** Sí, hombre. Pero tienen, digo socialmente, menos glamour. Y además de menos glamour, no han recuperado ese movimiento. Mientras que la gente, hay un término que no les gustaría seguro, lo que podemos llamar las elites del 15M o el núcleo duro del 15M, responde al perfil que tú dices que son los hijos de la desregulación: la generación que entra por primera vez en la precariedad con unos relativamente buenos niveles formativos. De hecho, a mí me ha pasado incluso a nivel personal, gente que ha leído el libro me dice “joe, me identifico totalmente con esa idea de lo que tú vas contando que nos pasó”. Y esa generación cuando toma conciencia política en el sentido mejor de la palabra, ocho, siete u ocho años después: la gente que tenía veinte años en el 96 tiene de treinta y pico en el 15M, más allá de que haya mucha gente joven mucho universitario en ese movimiento.

## LA ARTESANÍA EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y EL ANÁLISIS DE DISCURSOS SOCIALES: TABÚES, METÁFORAS, AMBIVALENCIAS, INCONSISTENCIAS...

**G B:** Has trabajado muchos temas, pero quería conversar de uno que me interesa que no es específicamente un tema, sino cómo se puede abordar, analítica y discursivamente algunos temas que tienen polémica. Por ejemplo, el tema de drogadicciones (Conde, 1989), el tema de SIDA (Conde, 2021), el tema del sexo... Quería preguntarte cómo ves los tabúes sociales y cómo se



desarrollan. Cómo se abordan desde las diferentes técnicas cualitativas (tanto grupales como otras). Porque recuerdo lo que decía Enrique [Martín Criado] en el grupo sobre el grupo de discusión<sup>19</sup>, que a veces se dan los discursos normalizados canónicos, hasta que él recordaba que rompe la dinámica y le dice a un participante “no me lo creo...”, y le contestaba la persona interlocutada “pues es verdad, porque no lo hago...” y ahí se rompía ese núcleo... ¿Cómo abordar este tipo de temas?

**FC:** Yo es que creo, no sé si te voy a responder, pero yo creo que hay primero una dimensión de historia, de temporalidad, que es muy importante (en el sentido convencional). Yo, la primera vez creo que fue sobre el SIDA, creo que fue en el año 87. En aquella época había un tabú súper enorme sobre el SIDA...

**GB:** El estigma relacionado.

**FC:** Sí. Yo recuerdo, un poco en la línea de lo que decía Enrique [Martín Criado], lo que se decía en ese grupo, de profesores de Madrid que estaban hablando de SIDA sin nombrarlo, todo el tiempo... Entonces yo dije: “perdonad, por qué no estáis nombrado el SIDA o la muerte, que eran los dos temas que no nombraban”. Entonces, en ese momento, a lo mejor eso es una fórmula. Yo, por ejemplo, utilizo mucho los grupos, incluso ahora. Lo que yo digo pepito grillo le digo a la gente: “oye, perdonar que haga de Pepito Grillo, pero habéis dicho esto y habéis dicho esto, ¿cómo se come?”. Pero volviendo a lo de la historia, eso era en el 87. En el año noventa y tantos, la gente hablaba del SIDA mucho más normalmente, mucho más naturalmente. Entonces ahí, el problema no eran los tabúes, sino el problema era, entre comillas, la normalización del SIDA que hacía que ya fuera banal. Que nunca ha sido banal, pero para entendernos, que no se diera importancia o relevancia a ciertas cosas que eran relevantes. O en una de las últimas investigaciones en 2013, no recuerdo cuál fue, una de las últimas que hice, que la gente joven decía que el SIDA no existía porque era una enfermedad del siglo XX, y que todos los que tenían SIDA se habían muerto. Entonces, son totalmente distintas las tres situaciones con la misma enfermedad, pero socialmente esa enfermedad ha ido evolucionando con el tiempo. El estigma ha ido evolucionando en el tiempo, la construcción simbólica ha ido evolucionando en el tiempo. Y, por lo tanto, cómo se expresa eso en cualquier técnica que dices también ha ido evolucionando en el tiempo. Entonces, las respuestas que te pueden valer en un momento no te tienen por qué valer en otro. Igual pasa con la droga....

**GB:** Para mí el reto es cómo abordar eso...

**FC:** También hay otras cosas que con Alfonso [Ortí] aprendí mucho. En cualquier tipo de técnica (de método cualitativo estamos hablando, pero que también puede llevarse a lo cuantitativo), es muy importante dos cosas: por un lado, generar una especie de contrato de confianza con la persona interlocutora, con la persona entrevistada o con el grupo; y, por otro, que haya una fase espontánea lo más amplia posible.

En fin, yo creo que uno de los cambios que ha habido en la investigación comercial es que se va muy a tiro hecho y muy rápido hacia el objetivo de tu trabajo. Y eso, lo que tú estás preguntando, se pierde mucho. Porque normalmente, si yo voy a mi objetivo, a mi interlocutor, le doy la sensación de que me interesa un carajo lo que él me va a contar, que yo solamente quiero que me hable del café. Y si él da un rodeo para hablar del café, yo no pongo mis antenas, y eso no ayuda a generar la confianza. Y luego, por otro lado, la espontaneidad. Se dan muchos rodeos que aparecen muchas huellas, rastros de eso que tú preguntas. Porque eso, en el caso que yo te estoy diciendo

<sup>19</sup> Nos referimos a un fragmento de la conversación y reflexión grupal referida a la técnica del grupo de discusión, planteado por Enrique Martín Criado, que se puede encontrar en [Requena et al. \(2016\)](#).

del SIDA en aquella época... Recuerdo otro grupo en Durango, fui a Durango porque el primer niño con SIDA conocido en España se expulsó de un colegio fue en Durango. Fui a Durango a hacer una reunión y la mitad del grupo eran padres del colegio que habían expulsado al niño. Por lo tanto, era evidente la relación. Más aún: yo dije que estábamos haciendo un estudio sobre salud en general, las preocupaciones, y a la hora, hora y media el grupo no había dicho nada del sida, ni de la expulsión. Sí habían dicho muchísimas cosas a lo largo de esa entrevista de la suciedad, de la moralidad. Por tanto, sin nombrarla, la están connotando, más allá de que le pongan nombre, todo el tiempo el grupo estaba construyendo y connotando esa enfermedad sin nombrarla. Pero tú en el análisis puedes analizarlo. Entonces, esa fase espontánea es fundamental para que emerjan elementos que tu luego puedas recuperar y devolver al grupo e intensificar la mirada. Yo creo que eso es fundamental.

**GB:** Ahí está la artesanía, esa habilidad que hay que tener.

**FC:** Claro. Y luego hay elementos que tienen que ver con la experiencia, pero también con tu escucha. Es decir, hay muchos elementos que tienen que ver con tu mirada. Yo que sé, te pongo un ejemplo: un estudio que estábamos haciendo sobre salud aquí en Madrid, recuerdo un grupo en la zona norte de Madrid, de gente "pijeta", que dijo en un momento determinado que los emigrantes era un virus o no sé qué... Entonces, una persona con la que yo colaboraba en aquella época dijo "no, eso es una paranoia de un sujeto". Entonces, si yo digo que eso es una cosa paranoide de un sujeto, así tal cual, no le doy relevancia social a esa dimensión. Sin embargo, si tú tienes otro tipo de lectura y otro tipo de escucha, eso lo puedes ver como síntoma de una mirada social anti-emigración. Además, era la época, a finales de los noventa, que es la primera oleada fuerte de emigración, donde se empiezan a generar anticuerpos (ya que estamos hablando de los virus), y entonces tú lo puedes interpretar de una forma distinta. ¿Y eso en qué se trasciende en el grupo? Si yo lo interpreto en ese momento como un brote paranoico de un sujeto, no lo voy a meter de nuevo en el grupo. Si yo entiendo que puede ser un síntoma de una dimensión social y grupal, lo voy a recuperar de nuevo para el grupo y vas a decir: "antes ha hablado de los virus, ¿qué tiene que ver los virus con los inmigrantes? Hombre pues..."

Entonces, yo creo que tienes distintos tipos de escucha que te pueden permitir eso. Y luego hay un momento en el análisis que también es fundamental, para darte cuenta... Porque claro, tú en el grupo muchas veces se te pasan cosas, porque estás distraído, porque has atendido mucho a lo mejor a una persona y otro ha dicho algo que se te ha pasado desapercibido. Pero yo ahí creo que es fundamental, lo que te digo, el "contrato" de escucha, de empatía, de espontaneidad... Una cosa tan vieja como lo que siempre se ha dicho. Es decir, la propia materialidad del lenguaje. Es totalmente distinto si tú has dicho virus, que si yo diga bacteria. Entonces, es muy habitual en los grupos, yo eso lo he aprendido trabajando con otras personas, que el moderador utilice un código lingüístico distinto al código lingüístico del grupo. Y cuando el moderador utiliza un código lingüístico del grupo (aunque sea hablando de lo mismo), la posibilidad de que emerjan ese tipo de cosas y se superen esos tabúes son menores, porque tú obligas a que el grupo se sitúe en un registro distinto al que él tiene normalmente.

**GB:** Si utilizas un lenguaje diferente puede llegar a generar un efecto perverso, en el sentido de que genere cierta violencia simbólica. Se podría romper la situación de comodidad y generar autocensura...

**FC:** Sí, por eso te digo, que eso es malo para lo que tú preguntas. Por eso digo que, sin embargo, si utilizas una cosa tan tonta como el mismo lenguaje de

la gente, es más fácil que la posible censura del tabú se elimine. Por poner otro ejemplo, hace unos años, yo creo que fue en el año 2010-2011, porque fue justo en el momento de la crisis económica, ganamos un concurso con el CIS sobre la inmigración (sobre las actitudes de los nativos ante los inmigrantes). Y recuerdo un grupo de gente aquí de Madrid, de trabajadores autónomos, gente de la construcción, gente que tenía mucho roce con los inmigrantes (trabajaban juntos y tal), pero que *a priori* podría ser un grupo (para eso estaba diseñado el grupo). Donde podía emerger el discurso que hoy puede ser VOX, que en aquella época era un discurso tabú y censurado (como tú decías antes). Pues yo recuerdo que había uno en mitad del grupo que dice: “hubo una persona o algo así...”, ya no lo recuerdo la textualidad no me acuerdo, pero era eso, “una persona que esto lo resolvió en su día”. Y era muy evidente que se refería a Hitler... En el entorno era un grupo que era caliente, en el sentido que era muy anti-inmigrante, pero que no se atrevían a lo que tú dices, a saltar. Claro, primero tú, durante el grupo, tienes que generar una cierta empatía. Es decir, tú, aunque no participes de esa opinión, al grupo le tienes que dar la sensación que tú estás con ellos. Y en ese momento yo dije: “bueno, ¿y ese personaje quién era, Hitler?”, y el grupo cambió totalmente y se enrollaron a saco. Una cosa parecida me pasó con un grupo de clase media-alta, después del golpe de estado del 23F, en Sevilla en el año 86, que estaban hablando del golpe de estado, y de que bueno, la gente... Y cuando tú le dices “bueno, ¿y qué pasa con Tejero?”. Es mucho más que si ellos están hablando de eso y tú no estás ...

Y luego lo que decía Enrique [Martín Criado], lo que yo te decía del SIDA... También hay momentos que tú, si has generado eso, le puedes devolver la palabra al grupo. Le puedes interpelar, si has generado antes un ambiente de confianza, esa interpelación te funciona. Si tú no has generado un ambiente de confianza y complicidad, la interpelación esa te va a funcionar menos. Y luego hay técnicas que te lo facilitan más... Yo qué sé, el grupo triangular para mí, eso te lo facilita más que un grupo de discusión; la propia entrevista, si es cómplice también te facilita mucho esa dimensión de confidencialidad, de confesión.

**G B:** Sobre eso te iba a preguntar. Publicaste con nosotras en Encrucijadas un artículo sobre el concepto de “emergentes discursivos” (Conde, 2019). Me pareció muy sugerente, lo reflexionas más con tu práctica de grupos triangulares (Conde, 1996; 2008) y reuniones de grupo (grupos de discusión). Quería preguntarte cómo verías una cierta trasposición de eso en una técnica individualizada, como la entrevista. Entiendo que no es tan fácil...

**F C:** En la entrevista, con todas la dimensiones y diferencias que queramos, te diría que he hecho poco en relación a la otra práctica de investigación. Te pongo un ejemplo, en un estudio que hice en Granada, en Almanjáyar (zona norte de Granada, un barrio marginal, con una ocupación de gitanos muy grande), y había un problema de vivienda. Y en un momento determinado, uno de los entrevistados dijo una metáfora, que era que Almanjáyar para Granada era como el toro que está en mitad de la plaza de toros, al toro al que van a matar: Almanjáyar era la arena, los gitanos eran el toro y los toreros eran los granadinos payos que iban a matarlos, para entendernos. Claro, esa condensación, esa metáfora, dice muchísimo, y una emergente enorme. Entonces, en una entrevista, igual te digo, salen muchos significantes. Lo que pasa es que yo creo hemos perdido el hábito, tiene que ver con lo que dices de las prisas. Vamos muchas veces a los contenidos de lo que se dice y no a cómo se dice, a la expresividad de lo que se dice. Muchas veces lo que estamos hablando de las emergentes tiene que ver más con la expresividad (en ese sentido que estamos hablando), que con el contenido. Porque la expresividad

es lo que te indica si hay una declinación diferente. O hay un emergente diferente; si hay una manera nueva de nombrar y, por lo tanto, una nueva manera de pensar ese tema. Y yo creo que eso en las entrevistas también te aparece. Lo que pasa es que claro, en la entrevista, eso te va a aparecer probablemente si hay buena interlocución. En el grupo la ventaja que tiene es que, si hay un grupo cálido, es más fácil que se le ocurran cosas a la gente. En el grupo triangular, en la medida que hay una mayor personalización, también hay una mayor complicidad que te permite aflorar ese preconsciente de una forma más clara, y en la entrevista tiene que ser más en el dialogo. Yo cuando he hecho investigaciones solo con entrevistas, como la de Almanjáyar (que era solo con entrevistas), la forma de leer es parecida.

Y luego con el tema de la “emergencia”, además de las técnicas, lo que estaba comentando con el ejemplo del paranoide del virus. Yo creo que también hay un (aunque eso no lo he desarrollado en el artículo), hay también una dimensión personal del analista (del investigador, o del equipo de investigación). Es decir, que también tú le das valor a unas cosas que a lo mejor tienen valor, o que no tienen valor. Si estas establecido en una rutina de lectura, para entendernos, a los emergentes le das menos importancia que si estás en una lectura menos rutinaria y más abierta.

Hay que estar más abierto a lo nuevo. Yo siempre digo que siempre tiene que surgir algo nuevo, porque la vida está cambiando continuamente, y a lo mejor es un nuevo pequeñito o es un nuevo más grande. Pero yo hago ahora un grupo del mismo tema que lo hice en junio y a lo mejor, el 95% es igual, pero hay un 5% distinto. Y ese 5%, si tu estas atento, le vas a dar más relevancia, vamos a llamarlo emergente, como cambio de tendencia, como la palabra que quieras ponerle. Entonces, también depende mucho de eso.

**GB:** Para ir cerrando, un último tema. Creo que eres de las pocas personas que puedes hablar de la comparación entre ámbitos, porque eres de los pocos que has hecho investigación de mercado e investigación social aplicada, y puedes ver realmente la diferencia.

**FC:** Creo que también, en mi caso, hay una pérdida de sensibilidad de mercado. Hasta hace 5 o 6 años yo trabajaba mucho en los mercados, ahora trabajo menos. En los últimos años, mis colaboraciones casi siempre (salvo alguna excepción) son trabajos institucionales. Yo, además de las dimensiones del mercado, quizás también por, creo que la investigación de mercado en general (el tipo de demanda de diseño, de resultado, de análisis...) es muy distinta a la de antes. Para mí es más pobre, en general. Mientras que la investigación institucional, en general, el nivel de demanda es más rico y la exigencia también es más exigente, valga la redundancia.

Eso, globalmente hablando. Incluso eso se nota en los precios, en los tiempos, que para mí es fundamental. Eso no quiere decir que todas las instituciones funcionan así. Por ejemplo, el Ayuntamiento de Madrid en la época de Carmena, que teóricamente podría haber sido..., las demandas de investigación que te hacia eran para echar a temblar. Te pedían, con trece mil euros, mil entrevistas, cinco grupos... O sea, no todas las instituciones, y te digo esa que es próxima, a este entorno. Y, sin embargo, en la Comunidad de Madrid, que está gobernando el PP desde hace muchísimo tiempo, en el ámbito de salud se piden investigaciones con un nivel de exigencia y de calidad muy grandes. Y que a veces cuestionan la ortodoxia de la política del PP en salud. O sea, que no todo es igual. Y, en la misma forma, en el mercado es totalmente diferente que la investigación te la pida un anunciante directo, por ejemplo, Fagor o cerveza Mahou, que te lo pida una agencia de publicidad. El anunciante directo suele tener un interés estratégico en la investigación

mayor que la agencia de publicidad o que la agencia de medios, que es mucho más instrumental, que trata de resolver dos-tres puntos... O sea, que los mundos no son homogéneos, son muy diversos. También es distinto una multinacional, como yo te decía antes, que una empresa española que le interesa más el mercado propio. Es decir, hay cantidad de variables.

Una variable fundamental que tiene que ver con eso, al final es como una condensación de todo eso, es el nivel de interlocución personal. Es decir, hay gente joven y mayor que tiene inquietud, que quiere conocer, que quiere comprender. Y hay gente que quiere asumir un rol, podríamos decir, más pasivo. Uno de los cambios en las culturas empresariales normalmente es no querer sacar los pies del tiesto porque te pueden cortar los dedos. Eso hace que, en la demanda, si yo soy responsable de investigación y sé que si yo hago esta investigación me va a costar más convencer a mi jefe que si hago aquella, voy a elegir ésta y no voy a elegir aquella. Es decir, voy a elegir la que crea menos problemas. Al final, en mi experiencia al final de CIMOP, además de lo público, privado y todo eso, al final acabas trabajando en momentos en que la gente requiere una investigación que vaya un poquito más allá de lo evidente. Y la tendencia en el mercado, en las empresas privadas, es a darle menos valor a la investigación. Y eso se nota incluso en el papel que tienen los departamentos de investigación en las empresas... Antes, un Director de un Departamento de Investigación de Telefónica era una personalidad en Telefónica, lo digo por poner un ejemplo, o en Nielsen, Unilever... Y ahora no, ahora es el Director Comercial, el de Marketing, el Financiero. Entonces, todo eso lógicamente cambia, ese entorno ha cambiado muchísimo, afecta de lleno a la investigación, no solamente cualitativa, sino en general.

## REFERENCIAS

- Alonso, L. E., y Rodríguez Victoriano, J. M. (2014). La génesis socio-histórica del cualitativismo crítico español. Una perspectiva de investigación comprometida con la emancipación social. *Arxius de Sociologia*, (31), 13-26.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5095862>
- Álvarez-Uría, F., y Varela, J. (2000). *La galaxia sociológica. Colegios invisibles y relaciones de poder en el proceso de institucionalización de la sociología en España*. Endymion.
- Arribas, J. M. (Coord.), de Lucas, A., Mañas, B. y Ortí, M. (2013). *Sociología del consumo e investigación de mercados. Una guía didáctica*. UNED.
- Bajtín, M. (2005 [1974]). *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*. Alianza.
- Bateson, G., y Ruesch, J. (1984). *Comunicación. La matriz social de la Psiquiatría*. Paidós.
- Conde, F. (1999). *Los hijos de la desregulación*. CREFAT y Cruz Roja.
- Conde, F. (1985). *Las relaciones personales y familiares de los jóvenes*. Instituto de la Juventud.
- Conde, F. (1989). *Investigación sobre la campaña de publicidad "No piques"*. Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Conde, F. (1996). *La vivienda en Huelva: culturas e identidades urbanas*. Fundación El Monte.
- Conde, F. (2004). Algunas reflexiones sobre el abordaje de la prevención del consumo de drogas en el ámbito familiar. La importancia de la educación en el consumo de

- marcas como un medio de prevención en el consumo de drogas. *Revista Española de Drogodependencias*, 34(4), 401-419. <https://core.ac.uk/download/pdf/71004825.pdf>
- Conde, F. (2007). *Los estilos educativos de las familias españolas y el consumo de drogas en la adolescencia*. CEAPA.
- Conde, F. (2008). Los grupos triangulares como "espacios transicionales" para la producción discursiva: un estudio sobre la vivienda en Huelva. En A. Gordo y A. Serrano (Coords.). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*. Pearson.
- Conde, F. (2009). *Análisis sociológico del sistema de discursos*. CIS.
- Conde, F. (2019). Apuntes sobre el análisis y la interpretación de los "emergentes discursivos" en el análisis sociológico de los discursos. Encrucijadas. *Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 17, v1701. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7113383>
- Conde, F. (2020). Alfonso Ortí: una enseñanza peripatética de la metodología cualitativa. En I. Duque, y C. Gómez (Coords.). *En torno a Alfonso Ortí. La sociología crítica como sociohistoria*. UNED.
- Conde, F. (2021). La construcción sociopolítica de las epidemias. Los casos del SIDA y de la COVID-19. *DISJUNTIVA-Crítica de les Ciències Socials*, 2(2), 62-99. <https://doi.org/10.14198/DISJUNTIVA2021.2.2.5>
- Conde, F., y Gabriel, C. (2002). La evolución de las representaciones sociales sobre la salud de las mujeres madrileñas, 1993-2000. *Revista Española de Salud Pública*, 76(5), 493-507. [https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1135-57272002000500011&script=sci\\_arttext](https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1135-57272002000500011&script=sci_arttext)
- Conde, F., y Pérez, C. (1995). La investigación cualitativa en salud pública. *Revista Española de Salud Pública*, 69(2), 145-149. [https://www.sanidad.gob.es/fr/biblioPublic/publicaciones/recursos\\_propios/resp/revista\\_cdrom/VOL69/69\\_2\\_145.pdf](https://www.sanidad.gob.es/fr/biblioPublic/publicaciones/recursos_propios/resp/revista_cdrom/VOL69/69_2_145.pdf)
- Cruz, A. (2005). *Jesús Ibáñez Alonso, la palabra no estéril*. Nodo50. [https://www.nodo50.org/despage/Nuestra%20Historia/exilio/Ex\\_interior/Jesus\\_Ibáñez/jesusibáñez.htm](https://www.nodo50.org/despage/Nuestra%20Historia/exilio/Ex_interior/Jesus_Ibáñez/jesusibáñez.htm)
- González, J. J., Ortí, A., y de Lucas, A. (1985). *Sociedad rural y juventud campesina. Estudio sociológico sobre la juventud rural*. Instituto de Estudios Agrarios, Pesqueros y Alimentarios.
- Jiménez Jaén, M. (2000). *La L.G.E. y el movimiento de enseñantes (1970-1976)*. La Laguna: Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna.
- Liberia, I. (2019). *José Vidal-Beneyto. Sociología crítica y resistencia democrática. Una vida a contraviento*. Institució Alfons el Magnànim-Centre Valencià d'Estudis i Investigació.
- López Pintor, R., Roncero, M.B., Ortí, A., Bardón, E., Cobisa, M. y García Llamas, M.E. (1979a). Motivaciones turísticas europeas e imagen turística de España 1977: un enfoque cualitativo. *Estudios Turísticos*, (63-64), 213-332.
- López Pintor, R., Roncero, M. B., Ortí, A., Bardón, E., Cobisa, M., y García Llamas, M. E. (1979b). Motivaciones turísticas europeas e imagen turística de España 1978: España y el extranjero. *Estudios Turísticos*, (63-64), 333-561.
- Martín Ramos, J. L. (2011). *Pan, trabajo y libertad. Historia del partido del trabajo de España*. El Viejo Topo.
- Ortí, A. (1989). Transición postfranquista a la monarquía parlamentaria y relaciones de clase. Del desencanto programado a la socialtecnocracia transnacional. *Política y sociedad*, (2), 7-20. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=154297>

- Ortí, A. (2001). En el margen del centro: la formación de la perspectiva sociológica crítica de la generación de 1956. *Revista Española de Sociología*, (1), 119-164.  
<https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/64703>
- Requena i Mora, M., Conde Gutiérrez del Álamo, F., Alonso Benito, L. E., Rodríguez Victoriano, J. M., Callejo Gallego, M. J., Martín Criado, E., Martínez Sanz, P., Serrano Pascual, A., Betancor Nuez, G., Barbeta Viñas, M., Prieto Serrano, D., Pereda Olarte, C., y de Prada Junquera, M. Ángel. (2016). Un grupo sobre el grupo de discusión. Entre la lógica instrumental y el eterno retorno a la sociología crítica. *Encrucijadas. Revista Crítica De Ciencias Sociales*, (12), r1202. <https://recyt.fecyt.es/index.php/encrucijadas/article/view/79083>
- Rodríguez San Julián, E., Ballesteros, J. C., Conde, F., y Sanmartín, A. (Coords.). (2013). *Crisis y contrato social. Los jóvenes en la sociedad del futuro*. FAD.
- Vidal-Beneyto, J. (2009). El CEISA, un ejemplo de resistencia intelectual. *Sociología y franquismo. Le Monde diplomatique en español*, (170), p. 26.  
<https://mondiplo.com/el-ceisa-un-ejemplo-de-resistencia-intelectual>
- Zárraga, J. L. (2009). Por qué, qué y para qué investigamos. la trastienda de la investigación social. *Política y Sociedad*, 46(3), 37-56.  
<https://www.proquest.com/openview/de29eea77bc9c35df90912480b2c8962/1?pq-origsite=gscholar&cbl=55462>