

# FACTA

## RESEARCH

**México - Brasil - Argentina**

Roberto Gayol No. 53, Col. del Valle, C.P. 03100, México, D.F.

Tels.: 5575-1652 • 5575-9099 • 5575-1922 • 5575-0027

5559-0527 • 5559-9614 • 5575-6146 • 5575-1880

Fax. 5559-9471 , 5559-1678

E-mail. [Infomex@factaresearch.com](mailto:Infomex@factaresearch.com)

[www.factaresearch.com](http://www.factaresearch.com)

**CUALITATIVOS • CUANTITATIVOS**

# Heriberto López

En esta segunda entrega de la sección **Héroes de la investigación** entrevistamos a **Heriberto López Romo, Fundador y Director General de El Instituto de Investigaciones Sociales SC**, institución especializada en el estudio del entretenimiento, la comunicación y las marcas.

La formación de Heriberto combina el humanismo y conocimiento de las ciencias sociales y la lógica de la estadística. Estudió la licenciatura en Comunicación en la Universidad Iberoamericana y la Maestría en Medición y Estadística para Ciencias Sociales en la Universidad de Syracuse en Nueva York.

Inicia su trayectoria profesional en 1977 evaluando el uso de medios y formatos de entretenimiento como las telenovelas y la música, para comunicar mensajes sociales.

Ha participado y dirigido múltiples proyectos relacionados con la vida cotidiana, los medios de comunicación, la mercadotecnia comercial, la publicidad y la demografía.

También ha participado como asesor y evaluador en proyectos de mercadotecnia social en varios países de América Latina.

Ha sido maestro en varias universidades del país y ha publicado múltiples artículos en revistas especializadas en mercadotecnia, metodología, sociología y cultura. Es coautor y autor de varios libros. Los dos últimos, "Ilustración de los Niveles Socio Económicos en México" e "Ilustración de las Familias en México" son una descripción visual y estadística de los hogares en México.

Es miembro destacado del **World Future Society**, organismo dedicado a entender y prospectar sobre el futuro y dentro de la **Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI)** es el coordinador del comité encargado de estudiar el comportamiento de los niveles socioeconómicos en México.

● **Heriberto, cuando eras pequeño, de mayor querías ser...**

... arquitecto porque me gustaba imaginar y construir espacios y matemático porque con los números podía ordenar y clasificar todo lo que me rodeaba.

● **¿Cuándo y cómo iniciaste tu carrera como investigador?**

Aunque siempre quise ser arquitecto o matemático, unos meses antes de entrar a la universidad descubrí que existía la carrera de comunicación, en donde se podía estudiar otra de mis grandes aficiones que era el cine.

En tercer semestre dejé el cine porque también descubrí que existía el área de investigación dentro la carrera. Me reconectó con mis intereses de siempre.



A finales de los años 70 esta área de la carrera de la comunicación en la Universidad Iberoamérica era el centro pionero y gestor de la investigación de la comunicación y mercadotecnia en México. Fueron mis maestros personajes fundamentales de la investigación latinoamericana como el Doctor Jara o el Padre Cortina. En esa época conocí, como maestros visitantes, a Everett Rogers, Umberto Eco –cuando sólo era semiólogo y no novelista– o Abraham Moles.

Estudí la carrera con maravillosos colegas y amigos como Alejandro Garnica, Jesus Galindo y Jorge Calle, gurús actuales de la investigación en México.

● **¿Quién ha sido tu héroe/heroína en el mundo de la investigación?**

El escritor, director teatral y productor de televisión Miguel Sabido. Miguel Sabido desarrolló un exitoso modelo para la integración de mensajes sociales en telenovelas, que ha sido reconocido como el fundamento para el uso del entretenimiento educativo a nivel mundial. El modelo de Miguel estuvo basado en su énfasis en investigar y conocer a fondo a las audiencias.

Tuve la fortuna de trabajar con él, todavía en la etapa universitaria. De él aprendí, veinte años antes de que se pusiera de moda en la investigación de mercados, técnicas y enfoques como la etnografía, el storytelling, la integración de las técnicas cualitativas con cuantitativas o la integración publicitaria. Sin duda Miguel Sabido es el maestro y artífice de la investigación de audiencias en México.

● **Si tuvieras que destacar una ¿cuál crees que es la calidad que debería atesorar todo investigador social?**

Yo hablaría de dos habilidades: observar y darle sentido al mundo.

● **¿Cómo te inspiras para crear? ¿Qué mundos fuera del mundo de la investigación te inspiran más?**

Mi mayor fuente de inspiración son y han sido las historias. Las contadas por los propios protagonistas y las construidas por la ficción. El cine y las novelas me han enseñado muchísimo sobre el comportamiento humano, pero también las historias de mi abuelo, de mis vecinas y de todo aquel que me quiera contar su vida.

● **¿Cuál dirías que es la investigación más interesante que has llevado a cabo?**

Sin duda mi proyecto profesional de investigación que ha sido el entender el impacto de la ficción y en particular de las telenovelas en la vida social. Tengo 30 años buscando el sentido de esta narrativa. Desde que trabajé con Miguel Sabido, quien literalmente me obligó a convivir varios meses en las casas de

las señoras telenoveleras, hasta mis complicados análisis matemáticos para generar segmentaciones de estas audiencias.

● **¿Cómo definirías el momento en el que se encuentra nuestro sector? ¿Qué se debería cambiar para agregar valor a las otras piezas del marketing y en última instancia al ciudadano?**

La investigación se está convirtiendo en inteligencia y conocimiento para la acción. La etapa en la que se hablaba de la investigación como técnicas de recolección, cualitativas o cuantitativas, afortunadamente está acabando.

Si utilizamos el símil de los arquetipos junguianos diría que los investigadores estamos pasando de ser Sabios a Magos. Los usuarios y compradores de investigación cada vez piensan y exigen más el valor de la accionabilidad y menos de la sabidonez.

● **¿Cómo te imaginas que será la investigación dentro de 10 años? ¿A qué retos piensas que nos enfrentaremos, especialmente en México?**

Pues creo que compartiremos los retos globales de agregar valor con soluciones más inteligentes y eficientes de recolección de datos.

Otro gran reto será el seguir profesionalizando la industria con mayor normalización y certificación de profesionales y procesos.

● **¿Qué película recomendarías ver o qué libro recomendarías leer a todo investigador/a?**

Por la obsesión de sus tres protagonistas por descubrir el orden universal, me gustan mucho: “La búsqueda del absoluto” de Honorato de Balzac, “Cien años de soledad” de García Márquez y “El Aleph” de Borges.

● **Y por último, tu lema vital en 1 tweet ⇒**

El conocimiento es la forma más depurada de la belleza.

\*Agradecemos a Netquest la autorización para reproducir esta entrevista que se dio a conocer en <http://www.netquest.com/actualidad/heroes-de-la-investigacion-heriberto-lopez/>

