

EASTERBY-SMITH, M.; THORPE, R.; LOEWE, A. (1991):
Management Research, an Introduction. London, Sage.

Eva María González

Sobre investigación se han escrito muchos libros; las razones que impulsan a hacerlo pueden ser muy diversas y pretenden objetivos diferentes. Que éstos reflejen las necesidades del público va a determinar en gran medida el éxito o fracaso de las obras.

Management Research es un volumen que cumple a la perfección los objetivos que se han marcado sus autores: por un lado, servir de guía a aquellos que actualmente están realizando cualquier tipo de investigación, de carácter académico o no, dentro del contexto del *management*. Su finalidad: proveer de un «libro de texto» que trate la investigación de una forma completa y simple sin caer en tecnicismos innecesarios. Y, por otro, prestar ayuda a aquellas personas que en algún momento son (o han sido) clientes de investigaciones, proporcionándoles un manual que conforme una base para la comprensión de los trabajos encargados y les dé, al mismo tiempo, capacidad suficiente para evaluar la calidad de los diseños de las investigaciones y/o de los resultados obtenidos.

Esta idea va a marcar el carácter del libro, que parte del planteamiento básico y teórico de los conceptos más generales hasta detenerse a exponer la aplicación de los aspectos más concretos y específicos de toda investigación. De esta manera, aborda en primer lugar la filosofía que envuelve toda la investigación, el diseño y las políticas. En segundo término aparece la figura del sujeto investigador individual o colectivo (empresas de investigación, organismos, etc), la ética profesional, las relaciones con el objeto de estudio. A continuación se detiene todo un capítulo en el examen de la metodología, tanto cuantitativa como cualitativa, referida a la recogida y análisis de datos para finalizar prescribiendo las normas básicas que guían la materialización por escrito de los informes, las utilidades y las posibilidades

de publicación. El resultado es un compendio de recetas para lograr el éxito en todas las fases de la investigación.

Adentrándose paso a paso en los elementos que conforman el ámbito de la investigación, comprobamos cómo los planteamientos más teóricos terminan supeditados a los intereses prácticos de las investigaciones particulares.

Siguiendo una metodología descriptiva, cada acercamiento conceptual se apoya en ejemplos prácticos que facilitan la comprensión de los temas. Los planteamientos teóricos ofrecen a menudo perspectivas confrontadas encuadradas en disciplinas y corrientes teóricas que poseen concepciones alejadas de la realidad de la investigación. En estos casos, los autores no se comprometen con ninguna de las posturas sino que, apoyándose en la experiencia real, muestran la convergencia de éstas en una metodología práctica amplia y abierta. El diseño ideal que ofrece la teoría va a terminar adaptándose a las características y necesidades específicas que las situaciones particulares de cada investigación van a requerir. La perspectiva pragmática va a prevalecer sobre la teórica a lo largo de la obra.

Aunque el libro ha sido escrito con la pretensión de ser una introducción básica al mundo de la investigación, *Management Research*, abarca aspectos concretos de interés social, que se alejan un poco de la utilidad práctica pretendida, provocan una reflexión referente a las repercusiones y efectos que una investigación puede producir sobre los individuos. Se señala por tanto la importancia del control en el desarrollo de la labor investigadora. La simple idea de que los frutos de la investigación, aportan mejoras a la calidad de vida y a la condición humana justifican su existencia. De este modo se pretende un equilibrio en la distinción de los roles sociales.

Para los autores, la verdadera importancia de la investigación se halla en los principios que impulsan a llevarla a cabo, es decir en el objetivo de la investigación y el resultado alcanzado. Lo que queda a medio camino entre uno y otro punto es pura formalidad metodológica marcada por estos dos aspectos.