



GUIDO LARA, innovación en la investigación cualitativa

“Si pudiera definir a Guido lo haría como una persona que hace mucho camino al andar, hace las cosas distintas y nos abre una visión de una manera más oportuna y completa.”

Óscar Balcázar, Presidente de la AMAI

Ver el mundo con una perspectiva diferente y hacia un futuro más prometedor es por lo que Guido Lara se dedica a la Investigación Cualitativa. Socio Fundador de Lexia, Insights & Solutions, actualmente reside en Washington DC dirigiendo la oficina de su empresa en Estados Unidos.

En 2018 Guido cumple 25 años de dedicarse a lo que realmente le apasiona: la Investigación de Mercados. Estudió la Licenciatura en Comunicación en la Universidad Iberoamericana y el doctorado en Teoría de la Comunicación y Métodos de Investigación Social en la Universidad Complutense de Madrid. Con su tesis “Opiniones de los jóvenes mexicanos sobre la modernización salinista: una aplicación concreta del Grupo de Discusión” le fue otorgada la distinción *Summa cum laude* por unanimidad. Acerca de la época escolar de Guido, Alejandro Garnica, Vicepresidente Ejecutivo de la AMAI nos cuenta, “Conocí a Guido Lara desde mucho antes de que empezara su carrera profesional, fue a través de la Universidad Iberoamericana, donde se distinguió por ser un brillante alumno y alguien que tenía un

interés especial en formar redes y comunidad para crear cosas nuevas, una constante que siguió en su carrera profesional. Fue una parte importante de la Asociación de Alumnos y después de exalumnos de la carrera de comunicación de la Ibero. Como profesionista ha tenido una trayectoria muy notable como investigador que mezcla la disciplina académica y las aplicaciones prácticas a la toma de decisiones, negocios y vida cotidiana. Guido es el ejemplo de que ese camino sí se puede hacer en México y sobre todo, que era necesario hacerlo.

Ha creado una buena sinergia con otros colaboradores, incluso con los que se podrían considerar competidores, ha logrado acuerdos para generar cosas muy relevantes en el campo profesional.”

Con una trayectoria como Consultor en Comunicación e Investigación Cualitativa, su innovadora propuesta metodológica se ha convertido en referente y autoridad en el ámbito de la Investigación de Mercados y opinión pública mediante la creación de herramientas propietarias y soluciones de comunicación basadas en *Insights*. Respecto a esto Óscar Balcázar, Presidente de la AMAI nos dice de Guido: “Es una persona totalmente comprometida con la industria de Investigación de Mercados, es un ícono

de la misma en México y ha hecho las cosas muy distintas a como estábamos acostumbrados en la industria tradicional. Nos abrió los ojos para ver a la investigación de manera diferente, más amplia, más ambiciosa, más optimista, más positiva y más completa. Guido Lara es una de las personas que ha marcado pautas, ha trascendido, nos ha abierto mucho la visión de lo que debe ser la inteligencia de mercados en este momento y en el futuro”

En la dirección de Lexia ha liderado proyectos para campañas presidenciales, diagnóstico de políticas públicas, nuevos negocios, análisis de contenidos en los medios, así como posicionamiento de marcas nacionales e internacionales. Una vida llena de inspiración, 25 años llenos de curiosidad, aprendizajes, enseñanzas e innovación, así se puede describir a Guido Lara, CEO de LEXIA Insights & Solutions, que cumple un cuarto de siglo de carrera profesional.

Además de dirigir Lexia, Guido escribe en el blog *Mente Social de Animal Político* y es profesor a nivel de maestría y diplomado en la Universidad Iberoamericana (UIA), Instituto Tecnológico de Estudios Superiores Monterrey (ITESM), Centro Avanzado de Comunicación Eulalio Ferrer (CADEC) e Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM)

TODO UN HUMANISTA

Para Guido, en la práctica profesional es muy importante el entender a cada uno de los sectores de la sociedad, el saber y entender cómo piensan y sienten cada uno de los mexicanos para poder ofrecer a través de sus investigaciones soluciones certeras. Claudio Flores Thomas, Vicepresidente de LEXIA, nos dice acerca de Guido: “Conocí a Guido Lara en 1996 cuando yo estaba terminando la maestría de comunicación en la Ibero, la profesora Inés Cornejo me recomendó con él para un proyecto de evaluación de campañas sobre comunicación y salud en la Secretaría de Salud. Nos reunimos en un Sanborns y desde el principio hicimos mucho clic porque Guido es un humanista, me gusta su mezcla entre entender la teoría social, el comportamiento del individuo, pero también el lado de la comunicación, la literatura, el arte.

En su tesis de licenciatura, Guido, trata de definir los contactos que hay entre la filosofía de comuni-

cación y la novela *Rayuela* de Julio Cortázar, donde entiende que los compartimentos de lo social y de lo literario no están separados, más bien convergen. Tiene una preocupación por la mezcla entre comunicación y ciencia social, es algo que lo caracteriza con ese perfil humanista y con una visión que no se queda limitada a la teoría social.

El día que lo conocí tuvimos una charla sobre la obra de sociólogos como Giddens, la entrada de los postmodernos como Lipovetsky, un gran interés por las tendencias de pensamiento social, que hoy vemos conectado con la economía conductual y con el Episteme de LEXIA; siempre preocupándose mucho por lo que hay detrás del conocimiento y de lo artístico.

Con su tesis de doctorado en la Universidad Complutense, Guido trató de entender el discurso de los jóvenes sobre la modernización salinista, hizo un estudio nacional con jóvenes que fue muy relevante, en ella se puede entender cómo se construye la visión de la juventud sobre los mensajes y la comunicación político electoral en la etapa salinista del país.

Fue alumno del gran sociólogo español Jesús Ibáñez, por lo que siempre está citando dos grandes textos: *Del algoritmo al Sujeto* y *Más allá de la sociología*, que desarrolló los principios y fundamentos del Grupo de Discusión muy diferente y de mayor potencia que el *focus group* de la tradición anglosajona.”

TRÍADA QUE CONFORMA EL EPISTEME DE GUIDO LARA:

- La filosofía de la comunicación, desde el lado más humanista, artístico, literario.
- La teoría social como un recurso para entender el individuo y sus interacciones con los demás.
- La imaginación metodológica, que siempre se pregunta ¿Cómo? ¿Con qué métodos? ¿Con qué técnicas? ¿Con qué recursos metodológicos?

Por lo que vemos a través de esta semblanza, Guido Lara además de ser un excelente profesional es una persona que busca a través de su práctica, que México sea un mejor país, a través del diálogo y la convivencia, pero sobre todo del entender como interactúan cada uno de los sectores de nuestra sociedad. ■■



CURIOSIDADES DE GUIDO

Pasatiempos: Leer, ir al cine, escuchar jazz y rock and roll.

Autores: Julio Cortázar y Jesús Ibáñez.

No tolera: Los pretextos y el jitomate crudo.

