



LA VALIDEZ, LA CONFIABILIDAD Y EL MUESTREO EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

La investigación cuantitativa se basa en tres conceptos fundamentales: la validez, la confiabilidad y la muestra.

1. La validez, en este paradigma, implica que la observación, la medición o la apreciación se enfoquen en la realidad que se busca conocer, y no en otra.
2. La confiabilidad se refiere a resultados estables, seguros, congruentes, iguales a sí mismos en diferentes tiempos y previsible. La confiabilidad se considera externa cuando otros investigadores llegan a los mismos resultados en condiciones iguales, e interna cuando varios observadores concuerdan en los hallazgos al estudiar la misma realidad.
3. La muestra sustenta la representatividad de un universo y se presenta como el factor crucial para generalizar los resultados.

La mayoría de los autores que han escrito sobre la investigación cuantitativa, a mi juicio, no logran sacudirse la necesidad de cumplir con estos postulados. Así, se dice que la validez y la confiabilidad se buscan en la investigación cualitativa mediante, por ejemplo, la triangulación de métodos o de investigadores. Este concepto implica utilizar los diversos métodos para verificar los resultados, o bien contar con la opinión de uno o más investigadores en la interpretación de tales resultados. De ninguna manera critico estas prácticas, las cuales enriquecen enormemente lo que la investigación cualitativa puede brindar, pero no las considero indispensables. Lo que me parece incomprensible es que se las consigne para cumplir con los requerimientos del paradigma positivista.

Más adecuado me parece que en la investigación cualitativa se hable de la necesidad de lograr y asegurar la obtención de la situación real y verdadera de las personas a las que se investiga y, en este sentido, será preferible y más descriptivo hablar de la necesidad de autenticidad, más que de validez. Esto significa que las personas logren expresar realmente su sentir.

Por otro lado, la confiabilidad desde el paradigma cuantitativo se refiere a reducir el error de medición al mínimo posible (R. Hernández Sampieri y cols. 1998). Estrictamente hablando, en la investigación cualitativa no se realizan mediciones, por lo que este elemento quedaría anulado. Sin embargo, algunos autores buscan tener en la investigación cualitativa un equivalente de la confiabilidad, pero predominantemente referida a los casos en los que se realiza la interpretación de los datos obtenidos. En este caso, algunos autores buscan que los resultados sean lo más concordantes posible y, en efecto (porque no es la meta del paradigma cualitativo), no se afanan en la previsión ni en la uniformidad de resultados de diversos grupos, aunque cuando se llega a ésta resulta muy valiosa. Eisner (citado por M. Martínez 1999) propone la corroboración estructural, que consiste en el proceso de reunir los datos y la información y con ellos establecer los lazos de un todo que se apoya en partes de la evidencia.

En relación con esto, surge el concepto de triangulación, que se ha considerado como la utilización de múltiples métodos, materiales empíricos, perspectivas y observadores para agregar rigor, amplitud y profundidad a cualquier investigación (N. Denzin e Y. Lincoln 1998). Norman Denzin



(citado por Janesick 1998) propone cuatro tipos de triangulación:

1. Triangulación de datos: utilización de diversas fuentes de datos en un estudio.
2. Triangulación de investigadores: utilización de diferentes investigadores o evaluadores.
3. Triangulación de teorías: utilizar múltiples perspectivas para interpretar un mismo grupo de datos.
4. Triangulación metodológica: la utilización de diferentes métodos para estudiar un mismo problema.

Valerie Janesick (1998) agrega una quinta triangulación a la que llama triangulación interdisciplinaria: la participación de profesionales de diferentes disciplinas, la cual enriquece la interpretación.

Mi posición se acerca más a lo que dice Janice Morse (1998) en cuanto a que el valor de la triangulación se encuentra cuando entramos en la interpretación de los datos. Los diferentes marcos referenciales pueden brindar mayor claridad y complementarse, siempre y cuando no se mezclen. En la investigación cuantitativa, la selección de la muestra resulta crucial, puesto que al obtenerse mediante la aleatoriedad se aspira a que tal muestra tenga la misma distribución normal del universo y, por ende, los resultados obtenidos puedan generalizarse; de igual manera, si la muestra es o no representativa, ello determina el tipo de análisis estadísticos que se aplican.

En la investigación cualitativa no interesa la representatividad; una investigación puede ser valiosa si se realiza en un solo caso (estudio de caso), en una familia o en un grupo cualquiera de pocas personas. Si en la investigación cualitativa buscamos conocer la subjetividad, resulta imposible siquiera pensar que ésta pudiera generalizarse. Sin embargo, es un hecho incontrovertible que hoy en día la investigación cualitativa, aun sin aspirar a la representatividad o a la generalización, se utiliza ampliamente en el mundo de los negocios y del mercado, sobre todo por medio de la utilización de grupos focales (de los que hablaré más adelante), y sus resultados frecuentemente se toman como base de decisiones que implican grandes cantidades de dinero.

La saturación se refiere al momento en el que durante la obtención de la información, ésta empieza a ser igual, repetitiva o similar. Por ejemplo, si se trabajó con grupos focales de una población específica, comúnmente en la planeación se decide hacerlo con diez grupos de este tipo. Sin embargo, si al trabajar con el cuarto grupo focal el investigador comienza a percibir que la información es la misma con mínimas variantes, y así sucesivamente en el quinto y el sexto grupo, se habla entonces de que se ha llegado a la saturación, y por tanto parece muy poco probable que en los grupos subsecuentes la información cambie sustancialmente. Esto puede suceder también con otros métodos de obtención de información.

Referencia:

Álvarez-Gayou, J. L. (2007). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*, Paidós