

LA COMPLEMENTARIETAT QUANTITATIVA I QUALITATIVA: UN CAS D'ANÀLISI DEL MEDI POPULAR A SUÏSSA

per

CARLOS LOZARES

(7-III-1991)

La idea és presentar-vos un tipus d'aproximació per veure fins a quin punt amb determinades tècniques esgotem totes les possibilitats o algunes de les possibilitats quantitatives, i com a partir d'un cert moment és possible que les nostres necessitats d'investigació i la nostra construcció de l'objecte exigeixin que d'aquesta realitat, potser esquarterada i tornada a compondre, tingui la necessitat de donar-li vida social.

Tota l'exposició d'avui serà presentar-vos una investigació que va comportar molt temps i que va constar de dues parts: una de més quantitativa i una altra de més qualitativa, com a model general d'articulació.

Ha estat feta sobre una gran població (tota la Suïssa francesa). Va durar dos o tres anys, des del començament fins que es van fer les interpretacions; és el que sol durar aquesta mena de treballs.

Haig de dir dues coses abans de començar. Jo vinc de les ciències dures i, per tant, no sóc sospitos de negligència pel que fa al quantitatiu. I haig de dir també que ensenyo a l'Autònoma anàlisi de dades, la qual cosa vol dir que la meva necessitat del qualitatiu m'ha vingut de la meva necessitat de recerca i de veure fins a quin punt hi ha coses que s'esgoten en si mateixes.

La segona qüestió és que el model que presento potser va una mica en contra d'algunes formes d'aplicar el quantitatiu. És a dir, fem una exploració, inserim-nos en el medi per veure què passa; el meu és aplicar en una primera fase el quantitatiu per fer un salt al qualitatiu.

He de dir primer a quines necessitats responia la recerca que us presento. L'equip en el qual treballava va ésser cridat per a fer una anàlisi en tota la Suïssa francesa. L'enquesta era una d'aquelles normals d'estructura social, i vam fer tot el procés que ja coneixeu. Potser el que era diferent era que els nostres clients formaven part d'un moviment social (partits d'esquerra, sindicats, etc.). El procés de l'enquesta fou el corrent, si exceptuem que la construcció de l'objecte fou feta en una interacció constant amb els clients, investigació-acció constant fins que va sortir el producte: l'enquesta. Els enquestadors foren del moviment formats per nosaltres mateixos i la interpretació també fou feta amb ells mateixos.

Aquest moviment social permetia saber que hi havia un moviment popular a Suïssa (sobre el qual hi havia una absoluta manca de dades socials;

se sabia la quantitat de persones i animals que passaven la frontera i no la seva realitat social) de famílies, i les preguntes anaven dirigides només a la població assalariada. Es tractava de veure si determinades preguntes que es suposava que anaven dirigides al medi popular es complien o no. Es tracta, doncs d'una enquesta diferent d'aquelles en les quals la relació amb el client només es fa quan et paguen o quan et controlen els resultats. La població era de 1.833 famílies de tota la Suïssa francesa.

D'això, nosaltres en vam fer les anàlisis clàssiques: defineixes unes variables d'identitat i les vas creuant i vas definint una estructura determinada, a part d'alguna altra cosa que et pot interessar. A part del que us he dit del començament i de la discussió, les formes eren veritablement clàssiques. Vam treballar en interacció amb el moviment social: ells volien donar un caire científic al que deien i nosaltres actuàvem amb la pruija d'elaborar el nostre objecte d'estudi.

Els resultats ens van deixar un determinat grau d'insatisfacció (com passa sempre en aquesta mena de treballs; també ens passa en l'enquesta metropolitana en la qual treballa), com, si després d'haver esquarterat les coses, se'ns escapés realment el que preteníem.

Vam veure que emergia una realitat discriminada, una realitat que podríem anomenar *popular*, que la podíem identificar amb una quantitat de variables; però ens mancava l'ànima: com caracteritzar aquestes uniformitats estadístiques que sorgien? Fins a quin punt es podien relligar a la societat global? I, entroncant amb una de les seves preocupacions, fins a quin punt les nostres uniformitats es podien definir com un medi popular? L'enquesta no ens en donava la garantia suficient.

I aleshores és el que ens va impulsar a elaborar el que en dèiem nosaltres «models de sentit»: objectes construïts darrera dels quals nosaltres preteníem establir un discurs sobre el medi popular. I vam veure la necessitat d'estendre aquest discurs a altres medis que no eren el medi popular. No es tractava només de veure fins a quin punt una determinada uniformitat o homogeneïtat estadística compleix o no compleix el que nosaltres entenem per medi popular. En construir altres models, dels quals parlarem després, la nostra possibilitat era més rica.

Les fases són les següents: una enquesta representativa sobre els models de vida que construïu tipus a l'interior d'una sèrie d'indicadors socials (ens en van sortir sis); l'elaboració de models de sentit on hi ha el quid de la interferència entre el quantitatiu i el qualitatiu; després, fer una entrevista semidirigida; després, l'anàlisi d'aquestes entrevistes, i finalment, ve el problema d'atribució: quin model de sentit apliquem a quin tipus d'homogeneïtat estadística?

Metodològicament, pensàvem ésser innovadors: dos tipus de tècniques quantitatives (anàlisi de dimensions i de *cluster*) per a fer els tipus uniformes únicament per mitjà de l'enquesta, i aleshores vam aplicar la convergència entre dimensionament i aglomeració.

Aquesta primera part tenia l'efecte de concentració i de reducció de la informació al màxim: si teníem 400 variables per 1.000 individus, havíem de dimensionar aquesta realitat i conglomerar-la de tal manera que cadascun dels tipus aconseguits es poguessin descriure. Tot això en funció de les variables utilitzades, que eren les característiques d'aquest tipus, i podíem

saber, també, en funció dels eixos de l'enquesta, on es situaven. Això no es fa normalment, sinó que hom es queda en l'anàlisi de taules creuades.

Això pel cantó quantitatiu; però pel cantó temàtic ens va permetre construir un model (normalment no es parteix d'un model teoritzat), una graella d'anàlisi que ens permetés saber per mitjà de l'entrevista on podíem situar cadascuna de les famílies. L'exercici teòric i l'exercici d'anàlisi per a construir un model i per a tenir després les unitats de categorització (com vaig situant després la gent en funció de les entrevistes?) és un exercici difícil i llarg. Construir aquest model de contingut qualitatiu era un joc d'anàlisi, de lectura, de reflexió, etc. Personalment ho considero essencial; altrament, estàs fent treball exploratori. L'exigència de construcció d'un model qualitatiu requereix un esforç tan gran o més que quan construeixes un model quantitatiu; altrament, després no saps què fer amb el que has recollit.

Com pots fer la interacció entre ambdues realitats? Aquí tens una enquesta (mai no has de passar a l'anàlisi multivariant, sense haver esgotat la bivariant, de la mateixa manera que no has de passar a la bivariant sense haver esgotat bé l'anàlisi de variable única) que has de dominar bé i les dades de la qual has d'encreuar molt. Aquesta és la part que, a partir d'una matriu, vam construir: la tipologia d'individus i de famílies. En total, sis.

A partir d'aquí, dels tipus, nosaltres n'extraïem individus que estan en la situació més central de cadascun dels tipus, com si fossin els centres de masses que acullen les característiques més pròpies d'aquest grup. Aquestes seran les persones sobre les quals nosaltres farem després les entrevistes. Tot l'aspecte contextual que sempre cal tenir en compte quan fas una anàlisi de tipus qualitatiu, ho coneixíem amb detall per mitjà de la gran quantitat de variables de què disposàvem. I la nostra hipòtesi era que aquestes homogeneïtats poden ésser aptes per a produir discursos homogenis sobre el que ells entenen de la seva inclusió en la societat global, que ho era mitjançant els models que havíem construït.

Aquesta és una realitat absolutament quantitativa. Quan hom treballa amb el qualitatiu, es té la cura de no treballar per mostreig i d'agafar poblacions que són bastant uniformes perquè les seves realitats i les seves condicions no ens produiran discursos molt diferents. Quasi tots els discursos qualitatius són de poblacions reduïdes (mestresses de casa, la compra de tal cosa, la presó); és suficientment uniforme per a pensar que no ens provinquin discursos diferenciats.

En canvi, l'originalitat que això podia tenir consistia en com podríem aplicar el qualitatiu a una gran població. Des del punt de vista tècnic, no hi ha persona que aguantí més de trenta entrevistes, si les vols fer de debò. És difícil, laboriós; no et pots plantejar de fer mil entrevistes. És absurd i innecessari.

Tot el problema de la representació en treball qualitatiu el vam resoldre no solament des del punt de vista tècnic, sinó donant contextualització a aquesta gent com a més representatius del grup. I la cosa va ésser viable i vàlida perquè els discursos transmesos per cadascuna de les famílies i cadascun dels personatges eren relativament homogenis. Per a nosaltres, aquests tipus van deixar d'ésser conglomerats de persones; eren formes de categoritzar, i els individus eren mostres reals amb les seves uniformitats estadístiques.

D'altra banda, hi havia el que he anomenat *la construcció dels models*

(medi popular, classe obrera clàssica, societat en dispersió amb manca de cohesió social entre corporativisme i individualisme, com a característiques de la societat actual i la societat alternativa). Aquesta construcció seria a base de discurs i no d'indicadors socials.

A partir de la bibliografia vam veure el que era característic de cadascun d'aquests models de sentit o maneres d'existència. El problema fou trobar una graella que ens servís per als quatre; una forma única que, variant-la, ens permetés fer l'atribució entre tipus i model. Treball laboriós, complicat i difícil. Aquests temes únics per mitjà dels quals volem analitzar aquests models de sentit, però que al mateix temps, amb variacions, pretenem que ens situïn en un model o en un altre, són complicats.

Agafar, per exemple, la classe obrera (per a la definició de la qual els indicadors no ens serveixen perquè tots sabem que la classe obrera inscriu els individus en un àmbit social més ampli; hi ha un discurs sobre la seva pròpia existència) era relativament fàcil, perquè ha estat molt treballada. Es tractava de tenir una graella d'anàlisi que ens permetés posteriorment comparar-la amb les altres. I així vam anar trobant els altres models de sentit amb la mateixa graella, amb sentits diferents i que donés entitat a cadascun d'aquests continguts.

El medi popular, per exemple, el vam elaborar a través del contacte, l'observació i la participació en les reunions del moviment popular per al qual treballàvem. Una mena d'«observació participant» (entre cometes) que va permetre donar contingut a la graella que havíem fet per a la classe obrera per veure si podíem trobar uns continguts específics. I el mateix per als altres, sobretot a partir de lectures.

Heus aquí dues realitats. Una que la pot fer o no el sociòleg, i que implica una distància de quantitativisme. L'altra, específica del sociòleg: els models de sentit que nosaltres anàvem a aplicar a la segona part: veure com les dades fredes de la primera part s'inscrivien o no en la societat global.

Construir la graella era l'única manera de poder analitzar les entrevistes. Si no l'haguéssim construït, de cada frase o paràgraf que deia la gent, no tindria possibilitat de fer cap tipus d'anàlisi fora que en la lectura successiva hagués construït jo mateix una graella d'anàlisi, una forma d'anàlisi, el que se'n diu *les unitats d'una categorització* (que ens permet establir en còdexs els discursos de la gent; són formes articulades de contingut, que és precisament el que distingeix el qualitatiu del quantitatiu).

El nostre món de sociòlegs, d'alguna manera estava aquí; el món dels sentits i dels significants i el món dels significats. Aquest model és que l'única realitat existent és aquí, l'única sociologia possible és aquí. No hi ha sociologia en la realitat ni en el cap dels sociòlegs; l'única sociologia possible és la intervenció del sociòleg. Quan fem sociologia el que analitzem és la pròpia intervenció. I és perquè d'alguna manera l'estructura d'aquesta realitat quantitativa l'hem de compaginar amb aquesta altra estructura de la realitat qualitativa, i aquesta interacció és l'essència de la recollida de dades quantitatives i de l'anàlisi de les dades qualitatives. Situévem el sociòleg a l'eix bàsic del que és l'anàlisi sociològica; és a dir, l'analista només és un «recollidor de dades», i és el punt d'interacció entre un model recollit per aquí (el qualitatiu) des del punt de vista d'intervenció social i una realitat donada amb indicadors observables. No hi ha sociologia possible si no es

dóna aquesta forma d'interacció. Ni la construcció de models precisos, ni la pura intervenció empirista constitueixen la feina del sociòleg. El que analitzàvem era el producte d'una intervenció.

Sabeu que allò que l'entrevista té de particular sobre l'enquesta (que vol estudiar fets en situacions quasi experimentals; no li dones res a canvi, aïlles la gent de la situació) és que analitzes el producte de la intervenció del sociòleg: volem fer amb la realitat un intercanvi d'igual a igual, i el producte d'aquesta interacció és el fet que volem analitzar. Malgrat que és el que estic fent, la quantificació és incompleta, i la qualificació també ho és; només seré sociòleg quan tingui possibilitat de fer aquesta intervenció. Aquesta intervenció pot ésser forta (investigació/acció) i nosaltres la identificàvem com a semiforta. Detallaré una mica més cada una de les seves parts per facilitar el nivell de comprensió.

Sobre la construcció de tipologies de la primera part. Treballàvem amb una enquesta clàssica diferent en la forma de realització. L'enquesta tenia 630 variables. 1.033 famílies afegides a una matriu de 1.853 i un conjunt de 410 variables sobreafegides.

Com dones cos a aquesta realitat? El procediment va ésser doble. L'anàlisi prèvia ja ens va permetre la reducció de les variables en una quantitat bastant inferior. Fet això, hi ha programes que et permeten treballar aquestes variables conjuntament, fent-ne un cos bastant ampli. I això ho vam fer tema per tema (el tema de l'habitatge, de treball/ocupació, d'ingressos, de consum, etc.), i vam anar trobant en aquest àmbits el conjunt de variables que eren més significatives d'aquesta realitat. No és complicat perquè hi ha tècniques que t'ho permeten. Vam anar descobrint les variables que podien tenir més densitat explicativa o identificativa d'aquell camp determinat. I l'anàlisi multivariant permetia trobar les variables que més explicaven la totalitat. Això anava permetent la simplificació de les variables perquè n'hi havia que ja eren correlatives.

De la matriu més reduïda, n'extraïem un tipus d'anàlisi a la totalitat que ens interessava. Hom pot deduir quins són els eixos més explicatius, i es pot saber, segons els eixos que es tinguin en compte, la dimensió de la varianza. Una dimensió és clara: categoria socio-econòmica i ingressos és un dels eixos que prenia una gran dimensió explicativa del conjunt. Hi havia un altre eix molt menys explicatiu: els cantons suïssos segons la seva urbanització. I el tercer eix: tenia en compte el nombre de membres a la família i la tipologia de família.

Un altre tipus d'anàlisi era el joc dels individus que més sembla que ens donen els tipus que surten del conjunt. Hi ha tècniques que permeten decidir els grups en tant que es singularitzen d'un altre grup. No solament és un treball estadístic, sinó també sociològic, perquè has de veure el que hi ha dintre. Els grups que ens sortien eren bàsicament els discriminats, un conjunt de persones amb característiques constitutives del medi emigrant del sud; el medi rural d'assalariats que alternen el treball agrícola amb la fàbrica o els serveis; el medi dels vells (que arribaven a l'edat de la jubilació; no hi havia jubilats perquè l'enquesta es centrava en els que tenien una feina); els rics amb salaris elevats, i una barreja d'empleats i de professions noves més aviat urbanes, etc.

Aquestes quatre realitats, ja les teníem a través de la descripció amb els

eixos bàsics i, també, amb les variables. Trobar la paraula màgica és clau: dóna contingut i bateja una mica la vida, encara que sigui estadística. Aquests eren els tipus contextuals quant a situació d'estructura que ens permetien després no solament extreure els subjectes que havíem d'entrevistar, sinó tenir-los en compte com a elements contextuals per a l'anàlisi de les entrevistes.

El sentit que això tenia era poder estendre a una població més àmplia anàlisis de tipus qualitatiu, primer; i segon, poder contextualitzar el que nosaltres podíem veure a través de les entrevistes d'una manera més quantitativa i amb més indicadors socials. També, i tercerament, resoldre el problema mostral que hom té sempre a l'hora de fer una anàlisi qualitativa, fora que no agafi uniformitats que no els discriminin i que no es tradueixen en discursos no uniformitzats.

Això ja hauria pogut permetre deixar aquí l'anàlisi.

Però les nostres exigències no ens deixaven satisfets. De quina manera s'inserien en la societat global? No són homogeneïtats de semblança estadística? Fins a quin punt són veritables actors socials? Fins a quin punt aquestes realitats estadístiques s'inserien en el seu futur? Volíem passar dels agents intercanviables mostrals a l'actor social.

La segona part és el que anomenàvem «els models de sentit». La nostra temptació inicial era donar una definició del medi popular. Fins a quin punt era assumit per algunes de les persones que anàvem a entrevistar?

Es tractava d'aconseguir una graella d'anàlisi que ens permetés, d'entrada, categoritzar les diverses unitats de registre que nosaltres anàvem a descobrir en les entrevistes. Era essencial, perquè no volíem fer una anàlisi exploratòria. Amb les tipologies de què he parlat, hi havia més possibilitats o probabilitats que determinats tipus estiguessin més pròxims al que nosaltres anomenàvem *medi popular*.

Com donar contingut a això? Hi ha un moviment social a Suïssa que es defineix a si mateix com a medi popular; per què anar a buscar-ho en la bibliografia? Vam llegir molt; però de la pròpia experiència amb ells, anàvem descobrint el contingut del medi popular. Vam revisar els seus documents, assistència a congressos, anàlisi de reunions, el mateix contacte amb ells...

Quan vam tenir un cert contingut, ens vam plantejar de trobar situacions alternatives a aquesta. Com que el model de medi popular no és estrictament el de classe obrera, vam pensar que aquest podia ésser un altre model. I això ens va permetre de treballar més la graella d'anàlisi. I vam veure que la classe obrera depèn del tipus de societat i de les circumstàncies històriques. Fins a quin punt el medi popular (que després va entrar en crisi i va desaparèixer) era un medi distint al de la classe obrera? I també hi havia el plantejament de si encara es podia parlar de classe obrera a Suïssa.

I és per això que vam buscar altres models de sentit que anessin més enllà. Un el vam anomenar «societat en eclosió», «societat en desagregació» com a característica bàsica el corporativisme i l'individualisme, i un altre el vam veure com el naixement de medis alternatius i de joventut que intenta viure d'altres maneres. Quatre discursos possibles de modes d'inserció dels grups en la societat global. Discursos de contingut que no podien tenir traducció en variables o indicadors.

Vam descobrir que havíem de desagregar dos elements. Un de més manifest i un altre de més latent. S'havien de trobar temes més denotatius, més directes, més clars per veure si pertanyien a un determinat model de sentit i, al mateix temps, temes més latents que ens semblava que podien descriure (més que determinar) propietats i identitats socials més pròpies d'uns que dels altres. Vam arribar a la formulació de tres temes fonamentals, en tant que permetien caracteritzar més uns grups que els altres.

1. Com classifica cada grup la categorització de la societat? Quina és l'estructura dels grups que ell veu com a diferenciats? Com estableix les diferències a nivell del que és quotidià? i els graus de satisfacció o d'insatisfacció de la pertinença al propi grup.

En la identitat social volíem que les persones identifiquessin les diferències en la societat suïssa i quina estructura tenien aquestes diferències. I com es situaven elles en aquest interior?

Això ens permetia discriminar un discurs que es trobava més pròxim a una classe obrera, més pròxim a una classe popular... Això permetia analitzar amb més capacitat les pròpies entrevistes.

2. La segona línia temàtica era la idea de canvi social. Fins a quin punt és possible? Fins a quin punt hi ha condicions? Fins a quin punt hi ha obstacles al canvi? Ens semblava que era un element molt discriminant per a trobar-se en un o altre model.

3. I el tercer gran tema era el d'actor social. Fins a quin punt s'inscriuen en un futur històric? Fins a quin punt se sentien actors d'alguna cosa? Fins a quin punt les institucions socials són veritablement uns actors històrics?

Com a element de complement, recomano a tots els que treballeu així fer una descripció breu, molt comprensible i fàcil de cadascun dels models de sentit. Aquest va ésser un esforç enorme aconseguir-ho i ens va portar a moltes discussions: transmetre en un llenguatge popular, vulgar, del carrer, el que és per nosaltres això del medi popular, la classe obrera, etc. I això ho donàvem al final (no al començament, que hauria marcat massa) per veure fins a quin punt s'identificaven amb aquest model.

Aquests eren els temes bàsics, la graella d'anàlisi. I tot això per a la construcció de la guia d'entrevista. A mi em sembla que treballar d'una altra manera és fer un treball exploratori; però en un treball que vol articular coses i sotmetre-les a uns models i a uns objectes d'anàlisi, no és la manera més adequada.

D'altra banda, també aprecio més l'entrevista semidirigida que l'entrevista en profunditat. Permet treballar més amb quadres d'anàlisi i models; entre l'entrevista oberta i la totalment dirigida, hi ha la semidirigida. Has hagut d'elaborar el teu esquema d'anàlisi, no la dirigeixes, i simplement enuncies els temes que necessàriament han de tenir relació directa amb el que t'interessa estudiar (preguntàvem coses clares i pertinents a les preguntes manifestes; però les qüestions latents no les preguntàvem directament: aquestes permetien ésser descobertes en tant que estructuraven el seu discurs intern).

En aquestes entrevistes semidirigides, hom ha de tenir al cap molt clarament el que vol. No hi ha un ordre, no hi ha un esquema. S'ha d'haver assimilat molt clarament el model i ha d'ésser producte d'una gran discussió.

Una de les coses que caracteritza el quantitatiu respecte al qualitatiu és que aquest, si no el fa l'investigador, no hi ha manera de fer-lo bé. Ni per a l'anàlisi, ni per a l'entrevista.

Hi ha una lògica de fer l'entrevista perquè, contràriament a la quantificació, és la mateixa interacció el que s'analitza. No analitzo el que la gent em diu, sinó el producte d'una interacció. Tinc uns models construïts que coincideixen o no amb el que em diu sense que jo el coaccioni perquè surtin d'una manera o d'una altra. Es tracta d'emplenar camps de tal manera que cap dels que m'interessen quedi sense resposta. Tot consisteix a tenir assimilat tan bé el contingut que l'entrevista sigui fluida i tingui un grau de llibertat suficient; de tal manera que, si no ha volgut respondre alguna cosa, no hi insisteixo una altra vegada. És qüestió de saber-ho fer; però la condició prèvia és tenir-ho assimilat.

Pel que fa a les dimensions latents, no hi insistiré; però una cosa era el grau d'abstracció en el discurs, que podia condicionar la manera de veure la mateixa realitat (el medi popular no tenia un grau d'abstracció concret, era una forma de raonament molt concreta, molt viscuda: l'egocentrisme del seu discurs, la temporalitat respecte al futur, sobre determinats valors construïts prèviament com a model —ús, canvi, signe, símbol—, el grau d'historicitat del seu propi discurs en la creença en determinismes naturals o sobrenaturals). Aquestes línies també travessaven cadascun dels models socials que havíem construït.

Hi havia un joc d'hipòtesis, que després intentaríem de comprovar en la realitat, que ens permetien atribuir més polaritats a un grup o a un altre.

I és a partir d'això que elabores la guia d'entrevista. Per a cada qüestió et plantejges els objectius. És un treball d'assimilació prèvia i que has de tenir al cap. S'ha de veure amb quines condicions s'ha fet cada entrevista, quins són els resultats... I una vegada s'ha fet això, amb el que anàvem a fer l'entrevista era un esquema petit, una ajuda-memòria. Això permetia tenir-ho davant i anar emplenant de contingut el conjunt.

La unitat de registre era la frase amb sentit contextualitzada en la nostra intervenció a través de preguntes repetides i insistents, i la unitat de categorització eren les gran categories que ja teníem establertes (haig de categoritzar les coses que són frases, paràgrafs...).

Es tractava, amb tots aquests elements, d'establir el que seria el discurs global i, després, els discursos específics de cadascun dels tipus. Agafàvem una entrevista, que tenia unes unitats de registre amb un sentit contextualitzat, i l'atribuíem a un lloc dels models o a un altre, o bé a una zona dintre del model, i això ens donava una entrevista categoritzada en forma de model, i fèiem després una descripció esquematitzada del que havia dit cada individu, i d'aquesta manera, ajuntant els discursos, podíem extreure un únic discurs.

Després vam establir els discursos de cadascun d'ells. En treballs qualitius s'usa el criteri de la saturació, que s'assoleix quan no apareix res de nou; és reiteratiu, i hom ja no té necessitat de recercar res més. Pel que fa a nosaltres, el criteri ens el vam establir perquè ja teníem fetes les uniformitats, i són bastant poderoses.

Una vegada establert per a cada tipus el propi discurs, teníem les condicions per a poder-lo atribuir a cadascun dels models. L'atribució és un exer-

cici d'homologia, no és un exercici estadístic, i el discurs d'aquesta gent va més amb el model que nosaltres havíem construït prèviament. Li donàvem les connotacions del que és pròpiament un medi popular. L'atribució no és causal, sinó d'homologia: ajuntar en una realitat única de signe una realitat d'indicadors materials (perquè, de les nostres preguntes elegides, no n'hi havia cap que fos d'opinió: ingressos que tenia, quants fills tenia, a quin cantó suís habitava, si tenia cotxe). En els qüestionaris hi ha preguntes d'opinió i preguntes de fet. El pròxim dia presentaré el mateix model aplicat a un grup, a un sector social molt més homogeni. És aleshores que et pots plantejar el nivell de contingut amb molta més profunditat. El llibre on està publicat es diu *Portrait des salariés romans*, Edicions Dambà, 1988.

Afegits en el col·loqui

La construcció de l'objecte és bàsicament la construcció dels models de sentit i el joc d'hipòtesis és prèvia a la possibilitat d'atribució o homologia a aquests models de sentit i a les tipologies.

La construcció de l'objecte, no la vam començar quan vam iniciar l'enquesta (aquesta era una bona base de dades que ja teníem), sinó que van ésser preguntes posteriors a l'enquesta, que ens van permetre construir l'objecte nou. L'objecte nostre no era un objecte global, perquè quan nosaltres vam començar l'enquesta, no teníem al cap el que anàvem a fer després; el que teníem era una certa preocupació normal de si l'enquesta et podia donar compte d'actors socials o no. Et pot donar la infraestructura o base d'indicadors per construir-hi al damunt alguna cosa o veure si s'hi projecten actors socials. El model d'actors socials no estava fet, i fou a partir dels resultats de l'enquesta i la publicació d'aquests que ens van néixer les preguntes, i va ésser quan es van plantejar els problemes.

La construcció del model consisteix en tres coses: 1) La construcció de les categoritzacions, d'aquests actors socials en el fons; si tenen consistència o no. 2) Un model d'atribució, mitjançant del qual pots fer hipòtesis en el sentit que determinades homogeneïtats poden ésser la base, el significant de determinats models de sentit. 3) Model d'implicació: fins a quin punt l'entrevista és l'única realitat sociològica que et permet fer la interacció entre ambdues coses. La presència del sociòleg és indispensable.