

Aproximació a l'avaluació de la campanya «Dóna corda al català» (I)

Autors

Montse Simó
Universitat de Barcelona
Joan Solé Comardons
Anna Torrijos
Secretaria de Política Lingüística

L'article descriu les principals característiques de la tècnica d'avaluació de polítiques públiques a través de una aproximació analítica a la campanya "Dóna corda al català" 2005. S'expliquen les diferents modalitats d'avaluació, els nivells, els tipus i els indicadors d'avaluació.

En els propers números de la revista es desenvoluparan el contingut i resultats d'aquest disseny avaluatiu.

Introducció: la necessitat de la pràctica avaluativa

Actualment en tota institució o organització que du a terme projectes, cal plantejar-s'hi anàlisis profundes i crítiques sobre allò que s'ha fet, el que s'ha aconseguit i tot allò que encara queda per a treballar. La necessitat d'avaluar s'erigeix com un dret i deure democràtic a més d'augmentar el coneixement de les accions que es realitzen, i especialment amb l'obligació de millorar en la gestió dels recursos i de les problemàtiques socials que pretenen incidir en la millora del benestar social global.

Per tant, l'avaluació de programes o polítiques tracta d'investigar de forma aplicada, sistemàtica i rigorosa, per tal d'obtenir informació rellevant sobre tot allò que envolta la política o programa a avaluar. Així, l'avaluació pot valorar el

disseny, l'execució i els efectes produïts. Aquesta informació serà important de cara a comparar-la amb la situació inicial i amb les expectatives creades davant l'actuació prevista, per tal d'establir uns judicis sempre amb mires de la millora social, la qualitat i l'optimització dels serveis i recursos oferts. Així doncs, quan parlem d'avaluació hem de tenir molt en compte conceptes com informació, mesura i criteris de referència.

El que es pretén en aquest article és endinsar-nos en el camp de l'avaluació de polítiques públiques per tal de presentar, encara que sigui d'una forma aproximativa, uns primers resultats avaluatius de la campanya "Dóna corda al català", implementada durant l'any 2005.

Descripció de la campanya 2005

En el número 33 de *Llengua i ús* es pot

Taula 1. Descripció de la campanya "Dóna corda al català" 2005

Objectiu general	Campanya popular per a fomentar la llengua catalana en els usos interpersonals i informals.
Objectius específics	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promoure l'ús de la llengua com un fet natural, quotidià i no pas imposat. Potenciar els valors del català com a llengua que facilita les coses, que esborra etiquetes i que afavoreix l'arrelament. 2. Vincular més intensament els joves i adolescents amb la llengua catalana i incrementar la seva percepció del català com a una llengua que serveix per a les activitats d'oci i té una imatge moderna. 3. Fomentar l'ús de la llengua com a forma d'integració, en el cas dels nous ciutadans provinents de la immigració, en una societat acollidora, i també que trobin fàcil i estimulants aprendre i parlar català.
Públic objectiu	<ul style="list-style-type: none"> • Població entre els 25 i 45 anys: Generació del relleu; són les persones que ara tenen la responsabilitat d'educar els seus fills, transmetre la llengua i que accedeixen al món socioeconòmic i comencen a ocupar llocs de responsabilitat. • Adolescents i joves de l'àrea metropolitana de Barcelona i Tarragona. • Nouvinguts procedents de la immigració més recent.
Missatges	<ul style="list-style-type: none"> • Parla sense vergonya • Parla amb llibertat • Per començar, parla en català
Durada	<ul style="list-style-type: none"> • Pla de mitjans: 1a fase (gener – febrer 2005) • 2a fase (agost – setembre 2005) • Altres activitats de difusió (durant l'any 2005)
Principals activitats	<ul style="list-style-type: none"> • Actuacions publicitàries a televisió, ràdio, premsa escrita, Internet, cartells per a suports exteriors, etc. • Accions de mobilització, didàctiques i de sensibilització (actes massius, concursos, etc.) • Convocatòria de subvencions a iniciatives adreçades a promoure els usos lingüístics interpersonals: entitats, serveis lingüístics, associacions, sindicats, etc.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Costos de creativitat i producció: 242.567 euros • Costos de mitjans: 815.949 euros.

consultar un article exhaustiu sobre la campanya "Dóna corda al català". Vegeu un quadre sinòptic amb les característiques principals de la campanya a la taula I.

Modalitats d'avaluació de les polítiques públiques

Un cop aclarit què és avaluar, cal parlar primerament de les modalitats avaluatives, és a dir, de les formes en què podem avaluar la política en qüestió, o dit d'una altra manera, dels eixos en què podem analitzar-la en profunditat. Envers les modalitats avaluatives, majoritàriament podem organitzar-les en quatre grans criteris (Gómez, 2000: 96):

1. Quan té lloc l'avaluació? Segons el moment en què té lloc l'avaluació, identificació de la posició temporal del procés en el qual s'executa.

2. Qui executa l'avaluació? Des de quina posició institucional s'efectua l'avaluació, quines són les persones que s'encarreguen d'aquesta i quina és la relació amb la institució responsable del programa o servei avaluat.

3. Què i per què de l'avaluació? Quins són els objectius generals i específics que persegueix l'avaluació i quina és la seva finalitat.

4. Com és fa l'avaluació? Quin és el disseny metodològic utilitzat i quin és el model metodològic elegit. Vegeu-ho a la taula 2.

Quan s'avalua: Moment temporal de l'avaluació

La condició temporal és cabdal per a dur a terme una avaluació. Segons el moment, és a dir, el *quan*, podem parlar d'avaluació formativa o sumativa. La primera consisteix en l'avaluació durant el procés d'implementació de la mateixa política en qüestió, i per tant, té lloc durant l'execució. En canvi, l'avaluació sumativa és aquella que bàsicament pretén avaluar resultats o efectes aconseguits, i té lloc quan la política ja ha estat executada. Els avantatges i els inconvenients d'una i altra són clars, però la principal aportació de l'avaluació formativa és el seu caràcter retroalimentatiu. El contacte constant entre personal avaluador i personal encarregat d'executar la política són constants, alhora que complexos i molt enriquidors. En aquest aspecte, l'aproximació avaluativa a "Dóna corda al català" 2005 serà de

tipus sumatiu i s'anirà oferint informació envers les diferents accions executades i els resultats obtinguts. Mentre que l'avaluació de la nova campanya "Dóna corda al català" 2006, adreçada als joves, serà de tipus *formatiu*, és a dir, que s'avalua des del seu inici.

Qui avalua: Equip avaluador

El segon gran criteri és la modalitat avaluativa des d'on es faci l'avaluació. Bàsicament podem parlar d'avaluació interna quan l'avaluació és duta a terme pel mateix equip que executa la política, o externa, quan els equips avaluador i implementador de la política són diferents.¹ L'elecció entre aquestes dues opcions no sempre és fàcil, tot i que sembla bo recórrer a una avaluació mixta. Aquesta pretendria buscar l'equilibri de l'avaluació interna, incorporant l'assessorament dels professionals externs, o a l'inrevés, compensant l'avaluació externa tenint en compte i fent partícips del procés els professionals de la mateixa institució encarregada de la política.

L'avaluació de la campanya 2005 ha estat una avaluació de tipus mixta. Efectivament han intervingut l'empresa Synovate, que ha realitzat el posttest de la campanya (add + impact), Ipsos, que ha dut a terme cinc grups de discussió², Guillem Calaforra, que ha realitzat un anàlisi sobre la presència de la campanya a la premsa i l'equip d'estudis i indicadors de la Secretaria de Política Lingüística. Per a l'avaluació de la campanya 2006 preveiem realitzar una avaluació també mixta amb l'assessorament de Montse Simó, professora de la Universitat de Barcelona.

Què s'avalua: Objectius de l'avaluació

Pel que fa a avaluar segons els objectius que pretenia la mateixa acció política, ens podem fixar en diverses submodalitats: pot haver-hi una *avaluació de les necessitats*, quan realment es busca cobrir el criteri de pertinència, és a dir, si el programa és adequat als problemes i necessitats que pretén resoldre. Hem de valorar si hi ha

1. Podem parlar d'autoavaluació com un subtipus de modalitat d'avaluació interna.

2. Ignasi Genovès i Gisela Àlvarez, "Els grups de discussió per a l'avaluació de la campanya "Dóna corda al català"", *Llengua i ús* número 35.

3. "Dóna corda al català", *Llengua i ús*, número 33.

Taula 2. Principals modalitats d'avaluació apuntades per diferents autors

criteri de classificació	Modalitats d'avaluació
Segons quan s'avalua (moment temporal de l'avaluació)	<ul style="list-style-type: none"> • avaluació formativa • avaluació sumativa
Segons l'extensió de l'avaluació	<ul style="list-style-type: none"> • avaluació parcial • avaluació global
Segons qui avalua (posició institucional de l'equip avaluador)	<ul style="list-style-type: none"> • autoavaluació • avaluació interna • avaluació externa • avaluació mixta
Segons què s'avalua (objectius o finalitats de l'avaluació)	<ul style="list-style-type: none"> • avaluació de necessitats <ul style="list-style-type: none"> • avaluació de disseny • avaluació de procés o d'execució: <ul style="list-style-type: none"> • implementació, monitorització i seguiment • esforç, cobertura, productivitat i qualitat • avaluació de producte <ul style="list-style-type: none"> • efectivitat, eficàcia, eficiència • resultats i impacte
Segons com s'avalua (disseny metodològic)	<ul style="list-style-type: none"> • disseny experimental • disseny quasi experimental • disseny no experimental • metodologies quantitatives • metodologies qualitatives

una relació pertinent i coherent entre les necessitats establertes i que han originat la política, i les accions que s'han dut a terme per pal·liar-les. L'avaluació de necessitats ha de desenvolupar-se prèviament a l'execució de la política.

Quant a l'avaluació de necessitats s'han tingut present les dades d'usos lingüístics de l'EULC 2003, especialment les referides a les relacions orals informals, els usos lingüístics entre els joves i l'ús del català en les persones immigrades³. De l'anàlisi de les dades es conclou el següent:

- La major part de la població de Catalunya entén el català i prop de tres quartes parts el sap parlar.

- L'ús del català en els àmbits d'ús informals o privats (amb els amics, els veïns, els companys d'estudi i els companys de feina) és força més baix que en els àmbits d'ús formals o públics (als bancs, al metge, als grans establiments i al petit comerç).

- El segment de població de gent jove sap parlar majoritàriament català, tot i que quasi una tercera part no l'utilitza mai o gairebé mai.

- La norma d'ús lingüístic imperant entre els catalanoparlants és renunciar a la llengua pròpia davant d'un interlocutor castellanoparlant, encara que sàpiga que aquest darrer entén i, fins i tot, sap parlar el català. Aquesta norma d'ús lingüístic entre els catalanoparlants és extensiva també en les interaccions d'aquests amb les persones procedents de la nova immigració.

L'avaluació centrada *en el disseny i la valoració de l'avaluabilitat*⁴, aquesta pot tenir lloc durant l'execució o amb posterioritat. Aquesta tracta de valorar i mesurar si tal com està formulada, el seu disseny i la seva execució fan possible que sigui avaluat.

L'avaluació de *procés o d'execució*, també anomenada de monitorització o de seguiment, pot realitzar-se paral·lelament o a posteriori. Dins d'aquesta última, submodalitat podem parlar encara d'alguns subtipus (Gómez, 2000: 114):

- Avaluació del *procés* (pròpiament dit), que seria valorar la qualitat i quantitat de les activitats desenvolupades i el temps d'intervenció en què han estat dutes a terme.

- Avaluació de la *cobertura*, aquella que dona informació sobre el volum de població atesa per la política executada.

- Avaluació de l'*esforç*, aquesta centrada en les ràtios existents entre els recursos disposats i el nombre de persones ateses.

- Avaluació de la *productivitat*, és a dir, la producció dels professionals implicats en la política. Aquest tipus d'avaluació és molt més adequat en aquelles polítiques

4. Avaluabilitat significa valorar si un programa és o no és avaluable, és a dir, valorar si la seva formulació, el seu disseny i la seva implementació fan possible que sigui avaluat. L'avaluabilitat és definida per la professora Fernández-Ballesteros (1995: 28) com: "la medida en la cual un determinado programa está listo para ser evaluado".

Taula 3. Fonts d'informació per a l'avaluació de la campanya

Font d'avaluació	Finalitat	Disseny metodològic
Posttest d'impacte publicitari	Avaluar la campanya en termes de rellevància, comprensió i missatges descodificats, capacitat per connectar amb el públic objectiu i capacitat per mobilitzar-los en relació a l'ús del català.	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicació de tècniques qualitatives i quantitatives. • Realització de 251 entrevistes personals a "Hall Test" a residents a Barcelona i resta de l'Àrea Metropolitana.
Informe sociolingüístic sobre el posttest	Establir relació entre els diversos perfils sociolingüístics i el grau de satisfacció amb l'anunci.	<ul style="list-style-type: none"> • Explotació específica de diverses preguntes d'actitud introduïdes al qüestionari del posttest d'impacte publicitari.
Grups de discussió	Conèixer si la campanya "Dóna corda al català" ha estat útil i eficaç per iniciar o estimular un major ús del català entre els diversos grups de ciutadans. Conèixer les opinions, actituds i percepcions dels diversos grups de parlants destinataris de la campanya en relació a la imatge de les llengües.	<ul style="list-style-type: none"> • Tècnica de grups de discussió. • Cinc grups d'entre 8 i 10 persones d'entre 15 i 45 anys que viuen actualment a Barcelona o a la seva àrea metropolitana.
Avaluació de la campanya a la premsa	Analitzar la recepció que ha tingut a la premsa escrita la campanya publicitària "Dóna corda al català".	<ul style="list-style-type: none"> • Anàlisi crítica del discurs. • Anàlisi de 25 publicacions diferents i un total de 84 documents (notícies, articles d'opinió, editorials, etc.).
Recompte de dades	Recollir les principals dades sobre activitats, material produït i difós i projectes executats.	<ul style="list-style-type: none"> • Anàlisi documental.

que impliquen molta partida de personal, com per exemple, programes de serveis socials.

- Avaluació de la *qualitat*, on ens centràrem a avaluar els aspectes qualitatiu del treball efectuat, qüestions com temps dedicat a cada usuari, mitjana de temps de tramitació, etc.

Per últim, *l'avaluació de producte*, respon a una de les modalitats més utilitzades en avaluació. Aquesta pretén oferir una panoràmica sobre els resultats, els productes o els impactes. És a dir, una visió realment de la part final, d'allò que ha originat la política. En aquest cas, se centra en la valoració dels efectes aconseguits mitjançant aquella acció política. Dins d'aquesta submodalitat, podem parlar de la valoració de l'eficàcia, de l'efectivitat i de l'eficiència de la política en qüestió.

Especialment, aquest tipus de submodalitat s'ha treballat en el cas que ens ocupa, i per tant, s'intentarà aportar uns primers indicadors que ens puguin ajudar a valorar la política en aquests termes, igualment, indicadors de realitzacions, resultats i impactes, per tal de distingir la "sostenibilitat" de la mateixa política. Posteriorment, quan parlem d'indicadors, entrarem amb més profunditat sobre aquests darrers termes.

Com s'avalua: disseny metodològic

Per finalitzar les modalitats avaluatives,

ens queda l'eix del *com* avaluarem, quina metodologia utilitzarem. Tot i que cal defugir de la clàssica separació entre dissenys clarament quantitius i qualitius, i apostar per unes recerques de caràcter pluralista⁵ metodològicament parlant, cal tenir en compte que la clàssica divisió entre dissenys experimentals (explicatius), quasi experimentals (correlacionals) i no experimentals (observacionals), també és útil per distingir quina és l'artificialitat de la manipulació de les dades, el tipus de relació que s'estableix entre els fenòmens estudiats (causal, covariància, regularitat), la selecció de les unitats d'observació, la implicació del personal investigador i la validesa interna i externa. En aquest cas (taula 3), utilitzarem les dades disponibles envers la campanya 2005.

5. El pluralisme metodològic pretén utilitzar metodologies quantitatives i qualitatives per aproximar-nos a tota la complexitat del fenomen a estudiar, implicant també de retruc, els dissenys multimètode o trobar estratègies d'integració metodològica, com la complementació, la combinació i la triangulació (Bericat, 1998).

6. El procés de deconstrucció i operativització dels objectius fa que es perdi informació, i que els indicadors que finalment s'escolliran no recullin el 100% de l'objectiu general al qual pertanyen, però és l'única forma que s'estableix per tal de fer operacional un objectiu totalment descrit en termes abstractes.

Taula 4. Nivells d'avaluació de polítiques públiques

Política	Indicadors		Exemple
Objectius globals ↓	Impactes (globals o específics) ↓	Efectes a llarg termini sobre població receptora o general	Canvis en els usos lingüístics interpersonals
Objectius específics ↓	Resultats ↓	Efectes directes i immediats sobre població receptora	Audiència total de la campanya (per exemple)
Objectius operatius	Realitzacions	Béns i serveis produïts pel programa	Difusió de materials (spots, anuncis, falques...) (per exemple)

Nivells i indicadors d'avaluació

Nivells d'avaluació

El disseny de l'avaluació de la política que ens ocupa cal concretar-lo en dos termes: l'amplitud i la profunditat. Tractant-se d'una primera aproximació i d'un projecte amb caràcter continuat, aquí es pretén presentar un primer esbós dels principals indicis avaluatius de la política en qüestió.

Tot disseny avaluatiu, i aquest encara més a causa del seu incís en l'avaluació dels objectius, cal que aclareixi quins són els objectius de la política i la seva concreció. Per tant, determinar en quina mesura seran avaluable i quins *indicadors* traçarem per tal d'avaluar-los. Per tal de dur a terme aquesta tasca, cal dir que els objectius de la política poden distingir-se entre diferents nivells: objectius generals, específics i operatius. Es tracta de seguir un procés totalment de caràcter subordinat i reductiu per anar desglossant tots els objectius implícits i explícits de la política i fer-los del més abstracte al més operatiu possible, és a dir, reduir la seva dosi⁶ de generalització i abstracció i operativitzar-los (fer-los observables i mesurables a la realitat). Vegeu-ho a la taula 4.

Per aquest procés ha estat indispensable l'anàlisi de tota la documentació realitzada durant la campanya. La documentació ha permès trobar quins són els objectius i determinar quin nivell de subordinació tenien. Igualment, també ha estat indispensable veure com s'han concretat o s'ha pretès concretar i definir aquests objectius. Per tant, l'operativització dels objectius no és més que buscar com s'han materialitzat, també comptant amb la informació aportada pels experts i altres actors implicats en la mateixa campanya.

Indicadors d'avaluació per nivells

Davant d'aquests objectius, s'ha pretès treballar en la línia d'oferir uns indicadors. Els indicadors són aquelles unitats mínimes d'informació, totalment observables en la realitat (per tant, amb molt poca dosi d'abstracció), integrades dins d'un objectiu al qual fan referència i acompanyats d'una definició tant teòrica com operativa.

Distingim entre indicadors de realització, de resultat i d'impacte en relació als objectius operatius, específics i globals respectivament:

- Parlem d'*indicadors de realització*, quan fan referència a les activitats realitzades pel programa. Generalment aquests es mesuren en unitats materials o econòmiques (indicadors d'*output*).

- Un nivell més superior són els *indicadors de resultats*, aquells que fan referència als efectes directes i immediats produïts pel programa sobre els directes receptors del programa. Aquests ja faciliten informació sobre els canvis que s'han produït a través de les accions empreses.

- Un altre nivell més superior són els *indicadors d'impactes*, quan remetent a les conseqüències del programa més enllà dels efectes immediats; per tant, fan referència als efectes a més llarga durada. Dins d'aquests indicadors d'impactes, podem parlar d'*indicadors d'impactes específics*, com aquells que mesuren els efectes produïts després de transcórrer un temps específic en els receptors del programa; i els *indicadors d'impactes globals*, aquells que remetent als efectes a més llarg termini, i tenen una influència sobre la població en general,

7. És per això que amb els grups de discussió, que ens aporta dades de tipus qualitatiu, podem trobar informació relativa a l'eficàcia de la campanya.

Taula 5. Indicadors d'avaluació de la campanya "Dóna corda al català" 2005

Nivell d'objectius	Objectius	Tipus d'indicadors	Exemples d'indicadors
Objectius globals	Fomentar els usos interpersonals i informals de la llengua catalana mobilitzant amplis sectors de la societat	Impactes (globals o específics)	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de persones que canvien les seves normes i usos lingüístics. Concretament: <ul style="list-style-type: none"> - Població que sap parlar català i inicia i/o manté les converses en català. - Població que no sabia parlar català i que comença a parlar-lo sense por a equivocar-se.
Objectius específics	1. Promoure l'ús de la llengua com un fet natural, quotidià i no pas imposat. Potenciar els valors del català com a llengua que facilita les coses, que esborra etiquetes i que afavoreix l'arrelament. 2. Vincular més intensament els joves i adolescents amb la llengua catalana i incrementar la seva percepció del català com a una llengua que serveix per a les activitats d'oci i té una imatge moderna. 3. Fomentar l'ús de la llengua com a forma d'integració, en el cas dels nous ciutadans provinents de la immigració, en una societat acollidora, i també que trobin fàcil i estimulants aprendre i parlar català.	Resultats	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'espectadors de l'anunci • Nombre de participants a les diverses activitats de la campanya • Creació d'imatge de la llengua catalana. • Creació de la imatge de la Queta associada a la llengua catalana • Notorietat de la campanya entre la població immigrada • ...
Objectius operatius	<ul style="list-style-type: none"> • Actuacions publicitàries a televisió, ràdio, premsa escrita, Internet, cartells per a suports exteriors, etc. 	Realitzacions	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'espots emesos • Nombre de falques emeses
	<ul style="list-style-type: none"> • Accions de mobilització, didàctiques i de sensibilització (actes massius, organització d'exposicions, programes de televisió i ràdio, concursos, etc.) 		<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'actes massius • Nombre d'activitats de campanya • ...
	<ul style="list-style-type: none"> • Convocatòria de subvencions a iniciatives adreçades a promoure els usos lingüístics interpersonals: entitats, serveis lingüístics, associacions, sindicats... 		<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'entitats subvencionades • Nombre de projectes executats • Import global de les subvencions • ...

més enllà de la població beneficiària del programa.

Cal dir però que els indicadors d'impactes són de gran complexitat i difícil d'establir-hi relacions causals, és a dir, difícilment podem afirmar amb seguretat que els efectes produïts al llarg del temps són gràcies a les accions que es varen dur a terme. Els factors exògens —difícils de controlar— són els principals perills que afecten a la determinació dels impactes, igual com el mateix objecte d'estudi: les persones són molt complexes per poder discriminar amb seguretat els efectes d'un programa de la resta d'influències.

Indicadors d'eficàcia i d'eficiència

Altres indicadors que són molt utilitzats en matèria d'avaluació són els indicadors en base a criteris com l'eficàcia i l'eficiència, entre d'altres.

- Quan parlem d'aportar *indicadors*

d'eficàcia, ens referim a aquells que ens permeten comparar entre els objectius fixats de partida i els resultats obtinguts. Per al càlcul d'aquests, és important clarificar els objectius de partida com també tenir en compte els punts de vista dels beneficiaris⁷.

- Els *indicadors* que pretenen mesurar l'eficiència, volen comparar els resultats obtinguts amb els recursos —materials, financers i humans— utilitzats.

A la taula 5 es pretén posar de manifest la interrelació que hi ha entre tots els elements que acabem de descriure i l'exemplificació pel cas de la campanya "Dóna corda al català" del 2005.

8. Ignasi Genovès i Gisela Àlvarez, "Els grups de discussió per a l'avaluació de la campanya "Dóna corda al català"", *Llengua i ús* número 35.

Globalment, l'avaluació de la campanya "Dóna corda al català" pot tenir diversos nivells de mesura de més a menys complexos: des de conèixer l'impacte global, el nombre de persones que han adoptat noves normes d'ús lingüístic, fins als resultats, el nombre de persones als quals ha arribat el missatge, i també sobre les realitzacions, el nombre d'espots o de quetes difoses.

Aquestes tres nivells d'indicadors tenen una dificultat de recollida i de mesura molt diferents. D'aquí que ens proposem recollir dades d'indicadors de realitzacions i de resultats a curt termini i fer diverses aproximacions qualitatives al nivell d'impactes a llarg termini. Per exemple, amb les dades actuals, difícilment podrem arribar a saber el nombre de persones que han canviat les normes d'ús de la llengua a nivell quantitatiu. Tot i això a través del estudi dels grups de discussió⁸ podem conèixer actituds i opinions sobre la incidència de la campanya en els canvis d'usos lingüístics.

En propers números d'aquesta mateixa revista hem previst desenvolupar el sistema d'indicadors per a l'avaluació i fer-ne una valoració global amb dades quantitatives i qualitatives que en aquest article tan sols s'han dissenyat.

Actualment, es treballa a través d'una metodologia multiestratègica, que combina tècniques quantitatives i qualitatives; amb una avaluació de tipus formatiu, des de l'inici; i un equip mixt, amb l'equip implementador o intern i un assessorament extern, per a l'avaluació sistemàtica de la nova campanya "Dóna corda al català" per a joves 2006.

Bibliografia bàsica

BERICAT, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social. Significado y medida*. Barcelona: Ariel Sociología.

CALAFORRA, G. *Avaluació de la presència de la campanya "Dóna corda al català" a la premsa*. Uniwersytet Jagiellonski, Cracovia. Informe per a la Secretaria de Política Lingüística, març 2005.

European Commission. *The Evaluation of socio-economic development- The Guide*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2003.

Ipsos. Grups de discussió per a l'avaluació de la campanya "Dóna corda al català". Informe per a la Secretaria de Política Lingüística, 2005.

European Commission. *The MEANS Collection "Evaluating socio-economic programmes"*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1999.

FERNÁNDEZ-BALLESTEROS, R. *Evaluación de programas. Una guía práctica en ámbitos sociales, educativos y de salud*. Madrid: Síntesis, 1995.

GÓMEZ SERRA, M. (2000). *Els serveis socials i la seva avaluació*. Barcelona: Edicions Universitat de Barcelona. Monografies, núm. 42.

Synovate. Post test de la campanya "Dóna corda al català". Informe per a la Secretaria de Política Lingüística, 2005.

Secretaria de Política Lingüística. Informe sociolingüístic sobre el post test de la campanya "Dóna corda al català" 2005.

ROSSI, P.H.; FREEMAN, H. E. *Evaluación. Un enfoque sistemático para programas sociales*. México: Editorial Trillas, 1989.

Web de la llengua catalana: <http://www6.gencat.net/llengcat/corda/index.htm>