

Què és i com es fa una enquesta sociolingüística? Les enquestes d'usos lingüístics de la població

Joan Solé Camardons i Anna Torrijos

Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya

joansole@gencat.cat

atorrijos@gencat.cat

Recepció: 21/02/2017, acceptació: 27/06/2017

Resum: En aquest article es pretén explicar que és, i també què no és i com funciona una enquesta per mostreig a partir de l'exposició de les enquestes sociolingüístiques que es fan als territoris de llengua catalana i, especialment, l'Enquesta d'usos lingüístics de la població (d'ara en endavant, EULP). L'enquesta sociolingüística no té especificitats metodològiques diferents a les d'una enquesta de qualsevol altre tema, tret de l'objecte d'estudi, que és principalment l'anàlisi sobre els coneixements, els usos i les actituds lingüístiques. L'article exposa els conceptes clau d'aquesta metodologia: l'univers i la mostra, el qüestionari, el treball de camp, l'anàlisi dels resultats. També es realitza una reflexió sobre els avantatges, limitacions i els reptes de la metodologia de l'enquesta sociolingüística.

Mots clau: enquesta sociolingüística, metodologia, mostra, qüestionari.

¿Qué es y cómo se hace una encuesta sociolingüística? Las encuestas de usos lingüísticos de la población

Resumen: En este artículo se pretende explicar qué es y, también qué no es y cómo funciona una encuesta por muestreo a partir de la exposición de las encuestas sociolingüísticas que se elaboran en los territorios de lengua catalana y, especialmente, la Encuesta de usos lingüísticos de la población (desde ahora EULP). La encuesta sociolingüística no tiene especificidades metodológicas distintas a las de una encuesta sobre cualquier otro tema, a excepción del objeto de estudio, que es principalmente el análisis sobre los conocimientos, los usos y las actitudes lingüísticas. El artículo expone los conceptos clave de esta metodología: el universo y la muestra, el cuestionario, el trabajo de campo, el análisis de resultados. También se realiza una reflexión sobre las ventajas, limitaciones y retos de la metodología de la encuesta sociolingüística.

Palabras clave: encuesta sociolingüística, metodología, muestra, cuestionario.

What is a sociolinguistic survey and how is it done? Surveys on language use of the population

Abstract: The aim of this paper is to explain the nature and mechanics of a sample survey using sociolinguistic surveys undertaken in Catalan language territories, especially the Survey on Language Uses of the Population. Sociolinguistic surveys collect information on knowledge, uses and attitudes towards language, no more methodological differences can be found with other surveys. This article explores the key concepts of this methodology: universe and sample, questionnaire, field work and analysis of results. Finally, we will discuss advantages, limitations and challenges of the sociolinguistic survey.

Keywords: sociolinguistic survey, methodology, sample, questionnaire.

1. L'ENQUESTA COM A EINA D'INVESTIGACIÓ SOCIOLINGÜÍSTICA

L'enquesta com a eina d'investigació ha estat utilitzada en el camp de la sociolingüística als territoris de llengua catalana des dels anys 70 amb la desaparició de la dictadura franquista.¹ A Catalunya, al llarg dels anys 80 es van fer enquestes a l'àrea metropolitana de Barcelona i es va fer la primera enquesta del SIES al País Valencià l'any 1985. A finals de la dècada dels 90 es duen a terme les enquestes d'abast territorial més extens com l'Enquesta d'usos lingüístics a Catalunya de 1997 i d'altres enquestes a la Catalunya del Nord i Andorra. L'objectiu principal d'aquestes i d'altres enquestes sociolingüístiques és fer un recompte de les persones que coneixen i usen les diferents llengües presents als territoris. L'evolució de les anàlisis i també d'estudis de les polítiques ha comportat que un altre dels objectius d'aquestes enquestes sigui analitzar els factors clau que fan que les llengües s'aprenuin, es transmetin, s'usin en diversos àmbits socials i es vulguin conèixer els interessos i les actituds de la població respecte d'aquestes llengües.

L'enquesta sociolingüística no té especificitats metodològiques diferents a les d'una enquesta de qualsevol altre tema, tret de l'objecte d'estudi, que és principalment l'anàlisi sobre els coneixements, els usos i les actituds lingüístiques. Això sí, com es veurà, quan es dissenya una enquesta sociolingüística cal tenir molt en compte els aspectes d'estructura demogràfica i social de la societat que es vol estudiar perquè aquests aspectes influeixen molt en els usos i els coneixements lingüístics. El factor demogràfic que influeix més en sociolingüística és el lloc de naixement: en funció del lloc de naixement d'una persona les llengües que sap i les que usa seran unes i no unes altres.

En aquest article es pretén explicar què és, i també què no és i com funciona un procés d'enquestar a partir de l'exposició de les enquestes sociolingüístiques que es fan als territoris de llengua catalana i, especialment, l'Enquesta d'usos lingüístics de la població (d'ara en endavant, EULP).

L'EULP és una estadística oficial integrada en el Pla estadístic de Catalunya que desenvolupen conjuntament la Direcció General de Política Lingüística del Departament de Cultura i l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat). L'EULP té tres edicions (2003, 2008 i 2013) i ha evolucionat metodològicament des de la seva primera edició per tal d'adaptar-se als canvis demogràfics, socials i tecnològics. L'experiència acumulada en aquesta enquesta ha ajudat a millorar els aspectes metodològics de l'estudi sociolingüístic.

2. QUÈ ÉS UNA ENQUESTA

2.1. Què és una enquesta

L'enquesta per **mostreig** és una metodologia d'investigació que, adaptant-se a les fases del mètode científic general, intenta obtenir informació quantitativa generalitzable a tota la població mitjançant l'adequada selecció de les unitats d'anàlisi i la sistematització de la recollida de la informació. Aquesta definició de què és una enquesta té diverses qüestions que cal abordar: la informació que obtenim és quantitativa (valors percentuals), s'aplica en una **mostra** però es generalitza a tota la població (només fas l'enquesta a unes persones seleccionades però els resultats que n'obtenis pots dir que responen a tota la població), es fa **una selecció** dels informats o enquestats (selecció de la mostra) i se sistematitza la recollida de la informació (a partir del **qüestionari**).

L'enquesta pot ser **presencial** (cara a cara entre l'enquestat i l'enquestador), **telefònica** o bé per **Internet** (sense enquestador ja que l'enquestat la respon directament). Fins fa una dècada aproximadament una enquesta quedava definida per

¹CIS, 1978.

aquests tres tipus de tècniques. En els darrers anys l'evolució de la disciplina, els canvis tecnològics i altres factors han introduït les enquestes multimètode, en què en un mateix treball de camp s'utilitzen dues o més maneres d'enquestar.

2.2. Les parts de la metodologia per enquesta

L'inici d'una enquesta normalment es planteja com a **resposta a un problema** o tema d'investigació. Per exemple, es volen conèixer els comportaments, actituds o opinions sobre una qüestió o problemàtica social per tal de planificar o decidir una actuació o bé per explorar diverses opcions. Així l'elaboració de l'EULP 2013 respon a la necessitat de disposar de dades oficials, necessàries per a la planificació lingüística a fi d'emprendre i avaluar accions en el marc de l'ús social de la llengua.

2.2.1. L'univers i la mostra

L'elecció de l'**univers i la mostra** és un dels aspectes més importants que cal tenir en compte. L'univers d'estudi serà la delimitació poblacional objecte d'estudi, i per tant indicarà quins són els límits de la recerca. Per exemple, en el cas de l'EULP l'**univers** és la **població resident a Catalunya (empadronada) de 15 anys i més**. En aquest cas, queden exclosos els menors de 15 anys i també les persones que tot i ser catalanes no estan empadronades a Catalunya. Sí que s'hi inclouen totes les persones empadronades a Catalunya tinguin la nacionalitat que tinguin.²

La **mostra és una extracció d'un nombre de persones** de l'univers que seran les persones enquestades que representaran el conjunt de l'univers. El criteri principal que ha d'acomplir la mostra és que sigui estadísticament representativa de l'univers i això ho aconseguim amb diversos mecanismes: la qualitat de la font de dades mostral, l'establiment de variables clau que cal controlar, la selecció de la mostra mitjançant criteris d'aleatorietat i un error mostral baix.

En primer lloc, la **font de dades mostral és l'origen de les dades** de les persones que utilitzarem com a univers. Es tracta de la llista o base de dades d'on traiem les persones que formaran part de la mostra. Si la nostra font és de bona qualitat i fiable, això repercutirà en la qualitat dels resultats. En l'EULP2013 la font de dades és el Padró municipal d'habitants de la població. Aquesta és una font de dades de molta qualitat ja que el fet d'estar empadronat dona accés al sistema sanitari i escolar de Catalunya i per tant podem estimar que pràcticament la totalitat de la població està empadronada. Aquesta qüestió està relacionada amb el fet que l'EULP 2013 sigui una enquesta oficial, ja que fa que una de les institucions implicades és l'Institut d'Estadística de Catalunya i aquest disposa d'eines i recursos per aconseguir en millors condicions un bon disseny mostral.

El segon pas important en el disseny mostral és saber **quines variables cal controlar** perquè pensem que tenen una importància cabdal en el nostre objecte d'estudi. A Catalunya normalment aquestes variables són **el territori àmbit territorial, el sexe i l'edat**; en l'EULP es té en compte també, a més a més, **el lloc de naixement**. La qüestió és formular amb detall quines preguntes voldrem respondre. Aspirem a tenir resultats per territori? Volem saber quines diferències hi ha segons l'edat dels enquestats? En el cas de Catalunya, per exemple, la qüestió territorial és clau ja que la majoria de la població (més del 60%) viu a Barcelona o a l'àrea metropolitana. Això vol dir que si fem un repartiment territorial proporcional el nombre d'enquestes que cal fer a les comarques gironines o a Ponent són molt poques i si després volem analitzar els comportaments en aquests territoris no ho

²És important remarcar que per exemple en les enquestes dites electorals s'exclouen les persones residents sense nacionalitat espanyola i menors de 18 anys perquè no tenen dret a vot.

podrem fer, perquè no hi haurà prou mostra estadística en aquests territoris. Per això, la majoria d'enquestes a Catalunya tenen **un repartiment territorial no proporcional** que ens permet analitzar els resultats del pla territorial per demarcacions o àmbits. Això sí, els resultats globals del conjunt de Catalunya estan ponderats; això vol dir que es calcula un nombre determinat d'enquestes perquè els resultats de cada territori pesi en funció de la seva proporcionalitat real.

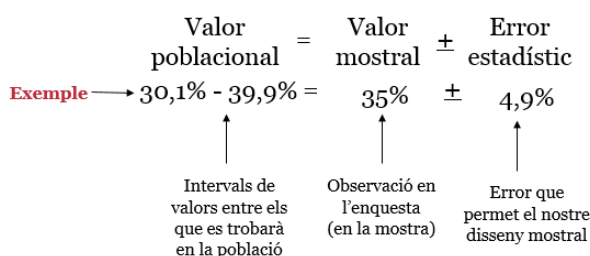
En tercer lloc, la selecció de la mostra normalment és a partir d'**un mostreig aleatori simple** dins cada estrat territorial o bé en el seu conjunt, és a dir, si en el disseny mostral s'estableix que hi haurà 400 enquestes en l'àmbit metropolità, s'ha de fer una selecció aleatòria de 400 persones per enquestar del total de persones que hi resideixen. Les 400 persones seleccionades seran **les titulars** per respondre l'enquesta. Ara bé, caldrà tenir en compte les substitucions ja que, com és sabut, és molt difícil que totes aquelles persones que han estat seleccionades puguin/vulguin respondre l'enquesta. La selecció de les **persones substituïdes** ha de fer-se de la mateixa manera que s'ha fet la primera selecció i ha d'acomplir els mateixos criteris que el seu titular quant a les variables clau (territori, edat, etc.). El nombre de substituïdes que se seleccionaran serà un criteri més a establir en el disseny de l'enquesta.

La qüestió de la selecció de les persones per enquestar i la substitució no es fa de la mateixa manera en les enquestes oficials –que, com en l'EULP, disposen de l'accés al Padró municipal d'habitants– que en les enquestes no oficials –en què la font de dades que s'utilitza per a la selecció de la mostra és un altre.. Habitualment, en les enquestes d'opinió i estudis de mercat **la font de dades** d'on se seleccionen les persones per enquestar són **els censos promocionals**, que són bases de dades que contenen números de telèfon ubicats geogràficament per tal de saber on es truca. En aquest cas, la selecció aleatòria no és de la unitat informant (persones), sinó del telèfon. Un cop la persona respon llavors es demanen les dades de sexe, edat i d'altres necessàries per acomplir el disseny mostral.

En quart lloc, un dels aspectes més esmentats quan es parla d'enquestes és la qüestió de la **grandària de la mostra i del marge d'error**. Tot i haver-lo deixat pel final, el marge d'error és una peça clau en l'enquesta per mostreig i va lligat a la decisió de la grandària de la mostra. Com decidim quantes enquestes farem? En funció del marge d'error que vulguem assumir. Si volem assumir un marge d'error petit s'hauran de fer més enquestes. El marge d'error el podem definir com el grau d'exactitud o precisió que els investigadors estan disposats a acceptar en els resultats. En general, en ciències socials s'assumeix com a màxim un marge d'error +/- 5,0% amb un interval de confiança del 95,5%.³Això vol dir que, davant d'un resultat de l'enquesta (valor mostral), l'error estadístic marca l'interval en què s'assumeix que podria realment trobar-se el valor poblacional (a l'univers) tal com es mostra a la figura 1.

³El càlcul del marge d'error és un o altre en funció de si l'univers és finit o infinit. Es tracta d'un criteri estadístic que estableix l'univers finit en 100.000 o més casos/persones. Per fer-nos una idea amb un univers infinit amb un interval de confiança del 95,5% si volem un marge d'error no superior al +/- 5,00%, la grandària de la mostra ha de ser de 400 enquestes. L'interval de confiança es pot definir com la probabilitat d'obtenir el valor poblacional a partir de la mostra, el seu grau de certesa.

FIGURA 1. Exemple de valors poblacional, mostral i estadístic.



Font: Elaboració pròpia

Com en exemple de disseny mostral a la taula 1, que trobareu a continuació, hi veureu el de l'EULP2013 segons territori. L'objectiu en aquest cas era obtenir representativitat per cadascun dels àmbits territorials que hi ha a la taula 1. Per aconseguir-ho, es va optar per una afixació mixta en què cadascun dels deu territoris té un mínim de 450 enquestes, que garanteixen un error màxim de mostreig del 5,0% amb un interval de confiança del 95,5% per a cada àmbit territorial. El marge d'error mostral per al conjunt de Catalunya, resultat d'aquest disseny, va ser de +/- 1,36%.

TAULA 1. Dimensió mostral teòrica. 2013

Àmbit del pla territorial	Mostra (Població 15 anys o més)	Error mostral
Metropolità	2.796	1,90
Barcelona	1.104	3,02
Resta metropolitana	1.692	2,45
Comarques de Girona	756	3,65
Comarques de Tarragona	648	3,92
Terres de l'Ebre	528	4,35
Ponent	612	4,07
Comarques Centrals	600	4,06
Alt Pirineu i Aran	924	3,28
Resta Alt Pirineu i Aran	468	4,60
Vall d'Aran	456	4,62
Penedès	636	3,98
Total	7.500	1,36

Font: Enquesta d'usos lingüístics de la població, 2013.

2.2.2. El qüestionari

El **qüestionari** és l'eina que ens permet controlar que a totes les persones enquestades els preguntem el mateix i de la mateixa manera. El qüestionari ha de respondre als objectius de la investigació i perquè la informació que n'obtinguem sigui vàlida les preguntes que fem han de ser senzilles de respondre, han d'incloure totes les respostes possibles, neutres i han de contenir les mateixes instruccions per a tothom.

En primer lloc, les preguntes han de ser **comprensibles i fàcils de respondre**. Sovint, no cal preguntar directament el que nosaltres volem saber sinó que convé fer preguntes sobre comportaments, de fàcil resposta per tal d'aconseguir la informació al màxim de vertadera i fiable. Un exemple serien les preguntes que es fan a l'EULP2013 per aconseguir informació i indicadors sobre la **transmissió lingüística** intergeneracional. En el qüestionari no es pregunta «quina llengua transmets o t'han transmès»; d'una banda, preguntant-ho d'aquesta manera podria ser que no tothom ho entengués i, d'altra banda, podria provocar una reflexió en l'enquestat sobre la transmissió lingüística. El que es fa és preguntar «quina llengua parles amb els avis paterns i materns?», «quina llengua parles amb la mare o el pare?» i «quina llengua parles amb el primer fill, segon fill, etc.?». D'aquesta manera, les preguntes són més fàcils de respondre i els enquestats parlen exclusivament de comportaments.

En segon lloc, les **preguntes han de contenir totes les opcions de respostes** perquè tothom s'hi senti inclòs. Si les opcions de resposta deixen d'incloure alguna situació, això dificulta el procés, i pot provocar que un enquestat deixi de respondre aquella pregunta i per tant perdem la informació.

Les preguntes **han de ser neutres, no dirigides**, per no afectar les respostes. Quan amb la pregunta es pretén aconseguir una resposta determinada, no estem recollint la informació real sinó que moltes vegades es recullen les respostes que es voldrien tenir.

El qüestionari ha de contenir **les mateixes instruccions per a tots els enquestats**. Per exemple, si es considera que una pregunta pot tenir més d'una resposta s'ha d'indicar, perquè si un enquestat ho sap i l'altre no, ja no provoca una informació comparable entre un i altre. La presentació de l'enquesta (perquè es fa l'enquesta i sobre què són les preguntes) també ha de ser la mateixa per a tothom i, pel que fa a les enquestes sociolingüístiques, la llengua o llengües en què es pot respondre i la llengua en què es presenta l'enquesta també s'ha de tractar de la mateixa manera en tots els enquestats. En el cas de l'EULP2013 l'enquesta es podia respondre en català, castellà i occità aranès (Vall d'Aran) i la primera pregunta del qüestionari era «En quina llengua vol respondre l'enquesta?». Això sí, la presentació de l'enquesta es feia en català a tothom i quan no comprenien la llengua s'utilitzava el castellà. Seguint aquest protocol lingüístic es controlava que la informació que rebia l'enquestat sobre l'enquesta fos sempre la mateixa per a tothom.

1.2.3. El treball de camp

El **treball de camp** és el moment en què es fan efectivament les enquestes. En aquest punt l'equip d'enquestadors i la coordinació tenen el pes específic del treball. L'eina bàsica per enquestar és el qüestionari, que en la majoria de casos està informatitzat amb una aplicació per facilitar la feina als enquestadors. L'enquesta i, en conseqüència, el **treball de camp poden ser telefònics, presencials o per Internet**. La terminologia que s'utilitza per denominar aquests tres tipus de treballs de camp o metodologies quan s'utilitza aplicació informàtica són: CATI (Computer Assistant Telephone Interview), CAPI (Computer Assistant Personal Interview) i CAWI (Computer Assistant Web Interview).

El funcionament del treball de camp és la peça que farà que tot el disseny d'enquesta que s'ha fet ens dugui a obtenir uns resultats de qualitat. És per això que l'equip **d'enquestació ha rebut una formació específica sobre l'enquesta i el qüestionari**, ha de repetir les preguntes literalment, ha de fer els aclariments necessaris a les persones enquestades sense influir en les respostes i ha de registrar les respostes literalment.

En aquest procés també intervé **la coordinació i el control de camp**. La figura del coordinador ha de resoldre totes les incidències del treball de camp amb una contínua comunicació amb els promotors i els analistes de l'enquesta. En tot el procés es fa també un **control del treball de camp** per detectar incidències. En el cas de les enquestes telefòniques es fan escoltes en directe en el mateix moment de l'enquesta, en les enquestes presencials es revisen els qüestionaris fets a posteriori i es truca a una mostra de les enquestes per comprovar les respostes i en les enquestes per Internet es programen incoherències en l'aplicació de resposta que fa que l'enquestat hagi de corregir les respostes que no són coherents entre si.

Habitualment, de manera prèvia a l'inici del treball de camp es duu a terme **una prova pilot** (un 10% de la mostra) per comprovar la comprensió i coherència del qüestionari.

2.2.4. L'anàlisi dels resultats

La informació resultant d'un procés d'enquesta té com a objectiu central ser quantificada. Amb aquest objectiu els **conceptes que es volen avaluar s'han operativitzat per ser mesurables**. Es poden fer diverses anàlisis estadístiques descriptives (percentatges, mitjanes) que resumeixen i exploren les dades de la mostra i també inferencials, és a dir, que extrapola els resultats de la mostra als valors absoluts del conjunt de població, amb el pertinent marge d'error i grau de confiança.

Com a punt, cal remarcar els diversos nivells d'anàlisi que es poden proposar amb els resultats d'una enquesta. En primer lloc, es poden fer **anàlisis descriptives bàsiques o univariables** que descriuen el resultat de la variable. En segon lloc, **anàlisis bivariables** (taules de contingència o creuament de variables) que descriuen el comportament d'una variable en funció d'una altra variable. I, en tercer lloc, **anàlisis multivariables** que descriuen el comportament d'una o més variables en funció d'una o més variables.

3. PER A QUÈ SERVEIX UNA ENQUESTA I PER A QUÈ NO SERVEIX?

3.1. Avantatges

El valor principal de l'enquesta és obtenir dades sobre un gran nombre de persones sense haver de preguntar a tota la població. Això vol dir que, sota criteris estadístics, si fem un bon disseny i una bona selecció de la mostra, els resultats que n'obtinguem tenen una **representativitat estadística per a tot l'univers**. Per exemple, en el cas de l'EULP2013 la mostra va ser de 7.255 enquestes de la població de 15 anys o més, residents a Catalunya. El fet que el disseny de la mostra prevegi i controli la bona representativitat territorial per edats, sexe i lloc de naixement permet fer estimacions dels resultats a tota la població (6.253.800 persones). D'aquesta manera, es pot dir que a Catalunya el 80,4%, és a dir, 5.027.200 de 15 anys o més, sap parlar el català.

El segon avantatge és el fet que una **enquesta és un procediment repetible i comparable**. Les metodologies d'investigació quantitatives són les que en gran part permeten controlar els factors que poden fer canviar els resultats segons el moment i el lloc. Com? Repetint els mateixos criteris de disseny i selecció de la mostra i el mateix qüestionari (les preguntes en el cas d'una enquesta). Moltes vegades el valor que ens dona

una dada quantitativa no és el seu valor numèric en si, sinó el seu valor comparatiu amb d'altres: sabem que un 36,3% d'ús de català com a llengua habitual és menys que un 50,7% de castellà, i sabem que ha disminuït en els últims deu anys ja que l'any 2003 era un 44,3%.

Aquest avantatge de la **comparabilitat** també és palès en el cas de les enquestes d'usos lingüístics a tota la població. L'any 2013 es va fer l'EULP a Catalunya i al llarg dels anys 2014 i 2015 es desenvolupen les enquestes sociolingüístiques a tots els territoris de llengua catalana (EUL) impulsades, en primer terme, per la Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya —amb l'excepció del País Valencià i Andorra— i en col·laboració amb institucions del territori. A Andorra, durant aquest període, es fa l'Enquesta Coneixements i usos lingüístics de la població d'Andorra, del Servei de Política Lingüística del Govern d'Andorra, que inclou preguntes per poder comparar els resultats amb la resta de territoris. Al País Valencià el 2015 es fa l'Enquesta d'ús i coneixement del valencià de la Generalitat Valenciana. En tots els casos menys en el cas del País Valencià, el control sobre el qüestionari i el disseny de la mostra fa que els resultats d'aquestes enquestes siguin comparatius. Això vol dir que permeten mesurar el coneixement i l'ús del català globalment salvant el fet que es tracti de territoris que formen part de quatre estats i set governs diferents gràcies a l'aplicació de la mateixa metodologia en els set estudis.

3.2. Limitacions i reptes de futur

Moltes vegades les limitacions d'una enquesta estan relacionades amb el fet de voler fer que diguin coses que no poden dir. És a dir, fer dir a les dades el que no diuen. Quan **les interpretacions** que se'n fan van més enllà del que els resultats diuen, és quan les creences sobre la bondat del mètode es veuen malmeses. Un exemple, concloure que el que diuen les persones sobre les preferències lingüístiques es trasllada automàticament als seus comportaments diaris. Els resultats d'una enquesta ens donen els valors sobre les qüestions que hem preguntat i les anàlisis posteriors han de ser rigoroses per tal de tenir en compte tots els aspectes que entren en joc en la interpretació dels resultats.

Hi ha altres limitacions de les enquestes que fan que siguin recomanables altres metodologies per accedir a la informació. Una d'aquestes és quan el que volem és preguntar sobre els motius o raons subjectives que hi pot haver darrere dels comportaments o bé quan la informació que busquem és molt exploratòria i això fa que estigui poc estructurada (aquest fet dificulta la construcció d'un qüestionari). Cal pensar que la metodologia permet molt poca flexibilitat en el procés; no es poden fer canvis en el qüestionari i només alguns ajustos en la mostra un cop s'ha començat el treball de camp. Per aquest motiu, en aquests casos pot ser més efectiu fer servir **metodologies qualitatives**.

L'altra dificultat important és **l'enquestació a col·lectius o grups poblacionals de difícil accés**. Un exemple és l'accessibilitat a la població nascuda a l'estranger de recent arribada, ja que ens molts casos no està registrada als censos promocionals que utilitzen les empreses de treball de camp perquè o bé fa poc que viuen a Catalunya, o bé no tenen telèfon fix. Aquesta qüestió s'ha tractat com un repte en les enquestes d'usos lingüístics ja que, com s'ha remarcat, tenir una bona representativitat de la població per lloc de naixement és bàsic per a l'anàlisi sociolingüística. En el cas de l'EULP, el fet que la font de dades sigui el Padró municipal d'habitants resol en part aquesta qüestió, perquè en l'extracció de la mostra ja s'obté una bona representativitat per lloc de naixement. A més, per millorar l'accés a la persones seleccionades des de l'EULP2008 l'enquesta és multimèdia (telefònica i presencial). Això vol dir que l'enquesta es duu a terme d'una manera o una altra segons com s'accedeixi a la persona que cal entrevistar: si s'aconsegueix un número de telèfon de la persona es pot fer l'entrevista telefònicament i si no s'obté (cas més comú entre la població nascuda a l'estranger) l'enquesta es fa presencialment.

Finalment, la **voluntarietat de resposta és una altra de les limitacions o desavantatges de les enquestes**. Tot i que la selecció de la mostra sigui aleatòria, generalment les enquestes són de resposta voluntària i per tant poden provar que determinats col·lectius que no s'hagin controlat en el treball de camp estiguin infrarepresentats. Les enquestes oficials com l'EULP o el cens són de resposta obligada. Amb aquesta informació que es dona als enquestats s'aconsegueix un grau de titularitat molt elevat.

Aquestes dues últimes qüestions s'han plantejat com els reptes de les enquestes sociolingüístiques, que són: el tipus d'enquestes que han posat sobre la taula la millora de la representativitat per lloc de naixement. A més, altres reptes com la reducció de costos i de molèsties a l'enquestat ha fet que en l'edició 2013 de l'EULP, a banda del mètode telefònic i presencial, s'introduís la possibilitat de resposta per Internet (CAWI). El repte principal és aconseguir **una bona qualitat dels resultats amb la garantia de la resposta de les persones titulars** i reduir al mínim les persones substituïdes de les titulars. Les titulars són les persones seleccionades per respondre l'enquesta.

4. CONCLUSIONS

L'enquesta per mostreig és una metodologia d'investigació que intenta obtenir informació quantitativa generalitzable a tota la població mitjançant l'adequada selecció de les unitats d'anàlisi i la sistematització de la recollida de la informació. Per tant, la informació que obtenim és quantitativa (valors percentuals), s'aplica en una mostra però es generalitza a tota la població, es fa una selecció dels informats o enquestats (selecció de la mostra) i se sistematitza la recollida de la informació (a partir del qüestionari).

El valor principal de l'enquesta és obtenir dades sobre un gran nombre de persones sense haver de preguntar a tota la població. El segon avantatge és el fet que una enquesta és un procediment repetible i comparable. Aquests avantatges que dona l'enquesta respecte d'altres metodologies que no permeten extreure'n dades quantitatives no han de fer passar per alt que la metodologia per enquesta és l'única eina per fer investigació, i que cal adequar la metodologia als objectius específics de la recerca.

Per extreure dades sociolingüístiques dels coneixements i usos de la població l'enquesta és i ha estat una eina molt valuosa que al llarg del seu recorregut ha anat ajustant-se als canvis demogràfics, econòmics i tecnològics de la societat. El control del lloc de naixement com a variable clau i el canvi cap a les enquestes multimètode (CATI, CAPI i CAWI) són els canvis metodològics principals que han permès que l'EULP tingui una fiabilitat molt alta quant a resultats. A més, el control sobre el qüestionari i el disseny de la mostra fa que els resultats d'aquesta enquesta siguin comparatius amb la resta d'enquestes d'usos lingüístics dels territoris de parla catalana. Això vol dir que permeten mesurar el coneixement i l'ús del català globalment, salvant el fet que es tracti de territoris que formen part de quatre estats i set governs diferents gràcies a l'aplicació de la mateixa metodologia en els set estudis.

4. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

GENERALITAT DE CATALUNYA (2015). *Enquesta d'usos lingüístics de la població 2013* [en línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Institut d'Estadística de Catalunya, 2015. <<http://www.idescat.cat/cat/idescat/publicacions/cataleg/pdfdocs/eulp2013.pdf>> [Consulta: 17 de febrer de 2017].

DIRECCIÓ GENERAL DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (2014). *II Jornada sobre Llengua i Societat als Territoris de Parla Catalana*. [en línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. Direcció General de Política Lingüística, 2014.

<[http://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/publicacions/btpl/arxiu/12_II-Jornada Lleng i Soc Calaceit.pdf](http://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/publicacions/btpl/arxiu/12_II-Jornada_Lleng_i_Soc_Calaceit.pdf)> [Consulta: 17 de febrer de 2017].

— (2015). *Anàlisi de l'Enquesta d'usos lingüístics de la població 2013. Resum dels factors clau*. [en línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. Direcció General de Política Lingüística, 2015. <http://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/publicacions/btpl/arxiu/15_EULP_2013_factors_clau.pdf> [Consulta: 17 de febrer de 2017].

TORRES, JOAQUIM (2003). «Les enquestes amb contingut sociolingüístic efectuades a Catalunya (1994-2002)». *Noves sl, Primavera 2003*[en línia]. Barcelona, Departament de Cultura, Direcció General de Política Lingüística, 2003. <http://www.gencat.cat/llengua/noves/noves/hm03primavera/catalana/torres1_4.ht> [Consulta: 17 de febrer de 2017].

SOLÉ CAMARDONS, JOAN (2000). «Els mètodes bàsics de recerca sociolingüística». *Noves sl, Tardor 2000* [en línia]. Barcelona, Departament de Cultura, Direcció General de Política Lingüística, 2000. <http://www.gencat.cat/llengua/noves/noves/hmootardor/metodologia/sole1_1.htm> [Consulta: 17 de febrer de 2017].

VILA I MORENO, F. XAVIER (2009). «La pregunta sobre la llengua habitual en les enquestes d'ús lingüístic 2003-2004: dubtes sobre la seva validesa». GOMÀRIZ I AURÓ, EVA; VILA I MORENO, F. XAVIER (dir.). *Estudis de demolingüística. Actes de la Primera Jornada de Demolingüística de la Xarxa CRUSCAT*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 2009, 41-52. També disponible en línia a: <<http://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000062/00000081.pdf>> [Consulta: 17 de febrer de 2017].