

# INFORME D'AVALUACIÓ FINAL

En el marc del projecte:  
"NONONO: EL DISCURS DE L'ODI NO ENS REPRESENTA"

**CODI: ACCD 23**

Entitats executores: Assemblea de Cooperació per la Pau i ACATHI.  
Equip Evaluador: EDUCAR CON VALOR



# ÍNDEX

<b>ACRÒNIMS</b>	<b>3</b>
<b>RESUM EXECUTIU</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCCIÓ</b>	<b>9</b>
2.1 Antecedents i objectius de l'avaluació	9
2.2 Presentació de l'equip avaluador	10
2.3 Descripció de la intervenció analitzada	10
2.4 Criteris de valoració	11
2.5 Pla de treball	12
2.6 Condicionants i límits de l'estudi realitzat	14
<b>ANÀLISI DELS CRITERIS D'AVALUACIÓ</b>	<b>15</b>
3.1 Coherència	15
3.2. Eficàcia	20
3.3. Impacte	23
3.4 Sostenibilitat	28
<b>CONCLUSIONS</b>	<b>31</b>
<b>LLIÇONS APRESES</b>	<b>33</b>
<b>RECOMANACIONS</b>	<b>34</b>
<b>ANNEXOS</b>	<b>35</b>
<b>ÍNDEX DE GRÀFICS</b>	<b>36</b>

# Acrònims

ACCD	Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament
ONG	Organització No Governamental
TdR	Termes de Referència
ACPP	Assemblea de Cooperació per la Pau
ACATHI	Associació Catalana per la Integració d'Homosexuals, Bisexuals i Transsexuals Immigrants
ODS	Objectius de desenvolupament sostenible
EGIBDH	Enfocament de Gènere i basat en Drets Humans
EpCG	Educació per a la ciutadania global
CT	Coeducació Transformadora
JG	Justícia Global
TD	Titulars de drets
TO	Titulars d'obligacions

01

# Resum executiu

AVALUACIÓ EXTERNA EN EL MARC DEL PROGRAMA

“NONONO: EL DISCURS DE L'ODI NO ENS REPRESENTA!”



**El present programa “NONONO: EL DISCURS DE L'ODI NO ENS REPRESENTA!”, ha estat finançat per l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament (ACCD), i executat conjuntament per l'Assemblea de Cooperació per la Pau (ACPP) i ACATHI.**

Aquest programa és fruit del treball desenvolupat per ACPP i ACATHI per combatre els discursos d'odi i la discriminació, un eix estratègic integrat en les seves intervencions de cooperació al desenvolupament, i d'educació per al desenvolupament i sensibilització. Busca sensibilitzar i enfortir les capacitats de l'alumnat i del personal docent de diversos centres educatius de Catalunya per fer front als discursos discriminatoris.

El programa tenia com a objectiu contribuir a la lluita contra el discurs d'odi des d'una perspectiva de drets humans, amb especial atenció a les dones, les persones migrades i les persones LGTBI+, la deconstrucció d'estereotips racistes i del sistema cisheteropatriarcal. En aquest marc, el procés d'avaluació respon a la necessitat de realitzar una avaluació externa de l'eix de desmuntar estereotips i combatre discursos discriminatoris, especialment entre la joventut.



Ací es presenta el procés d'avaluació dut a terme, que tenia com a objectiu valorar de manera integral els avanços, les lliçons apreses, els aprenentatges i les dificultats trobades durant l'execució de la campanya digital participativa i inclusiva citada, “Còmplices Joven”. L'avaluació ha buscat analitzar la coherència entre el disseny inicial i la seva implementació, així com els resultats obtinguts, identificant punts forts i febles i valorant les correccions incorporades al llarg del procés.

A més, el procés avaluatiu ha buscat generar informació rellevant sobre la qualitat, l'efectivitat, la participació, la sostenibilitat i l'impacte de la campanya, d'acord amb el marc metodològic de les guies IVALUA de la Generalitat de Catalunya. Aquest enfocament orientat al procés facilitarà la recollida d'evidències d'aprenentatge, l'extracció de bones pràctiques i lliçons apreses, i la formulació de recomanacions que contribueixin a millorar futures intervencions. Així mateix, l'avaluació servirà per retroalimentar la presa de decisions en el futur immediat, tant davant de l'ACCD com de les titulars de drets, responsabilitats i obligacions implicades, amb la finalitat de maximitzar l'impacte positiu i la sostenibilitat del programa.

## Enfocaments metodològics

L'avaluació ha seguit una metodologia principalment qualitativa, estructurada en tres fases (planificació, treball de camp i anàlisi) i amb un enfocament participatiu orientat a l'aprenentatge i la millora contínua. El procés analític ha pres com a referència els principis de l'EGiBDH, assegurant una lectura crítica i transversal de la campanya al llarg de tot el seu cicle d'implementació.

La metodologia ha combinat diverses tècniques qualitatives, alineades amb els criteris d'avaluació de polítiques públiques i programes del Tercer Sector, així com amb les recomanacions de l'ACCD i d'entitats especialitzades en EpCG i EGiBDH.

Aquest enfocament ha permès analitzar la coherència, la qualitat i els resultats de la intervenció, incorporant les veus dels actors clau implicats.

L'EGiBDH ha garantit que l'avaluació considerés de manera sistemàtica la igualtat de gènere, la no discriminació, la participació activa i l'empoderament de les persones, amb especial atenció als col·lectius en situació de vulnerabilitat. Així mateix, ha permès valorar fins a quin punt el programa ha integrat, promogut i protegit els drets humans i la perspectiva de gènere en el diagnòstic, el disseny, les estratègies, les accions i els processos participatius desenvolupats.

## Conclusions

### 1. Coherència

El Resultat 2 presenta un alt grau de coherència interna entre objectius, activitats, indicadors i enfocaments transversals. La campanya digital "Còmplices Joven" s'alinea de manera clara amb l'objectiu de contribuir a la lluita contra el discurs d'odi en l'àmbit de la comunicació, integrant de forma consistent l'EGiBDH. Les adaptacions introduïdes durant la implementació han estat de caràcter operatiu i contextual, sense alterar la lògica del marc de planificació, i han contribuït a millorar la pertinència i eficàcia de la intervenció.

### 2. Eficàcia (implementació i abast d'objectius)

La campanya s'ha implementat de manera eficaç i ha assolit els objectius previstos pel que fa a l'arribada al públic jove, la participació i l'impacte comunicatiu. L'estratègia de segmentació, l'ús de canals digitals adequats i el disseny del xatbot han permès una elevada taxa de participació i finalització del recorregut. Els indicadors del R2 confirmen un abast digital ampli i una incidència significativa en el sector jove, validant l'adequació de la planificació i de les decisions metodològiques adoptades. Aquest impacte s'ha vist reforçat per una qualitat comunicativa elevada, basada en l'ús d'un llenguatge clar i accessible, una narrativa coherent i adaptada al públic jove, i uns continguts contextualitzats en situacions properes a la seua realitat quotidiana, fet que ha facilitat la comprensió dels missatges i la connexió efectiva amb les persones participants.

### 3. Impacte

L'avaluació evidencia un impacte rellevant en termes de sensibilització, aprenentatge crític i canvi narratiu inicial, especialment entre el jovent participant. Les dades dels qüestionaris i dels tallers mostren una millora en la capacitat d'identificar discursos d'odi, una comprensió més elevada de les discriminacions interseccionals i una tendència a revisar pràctiques comunicatives quotidianes. Tot i que els canvis no són homogenis ni plenament consolidats, el projecte ha contribuït a desnaturalitzar missatges discriminatoris i a promoure narratives més alineades amb la diversitat i els drets humans, situant el seu impacte principal en els nivells d'aprenentatge i conducta del model de Kirkpatrick.

#### 4. Participació i enfocament transformador

La participació de les persones titulars de drets s'ha concentrat principalment en la interacció amb els continguts i en espais educatius de reflexió, sense una implicació directa en la co-creació dels missatges. Aquest enfocament ha estat coherent amb el disseny de la campanya, però limita el seu potencial transformador. L'avaluació identifica la participació juvenil en el disseny de continguts com una línia de millora clau per incrementar l'apropiació, la rellevància i l'impacte de futures edicions.

#### 5. Enfocament de gènere i drets humans

El Resultat 2 ha integrat de manera efectiva l'EGIBDH, visibilitzant les discriminacions interseccionals i promovent una lectura estructural del discurs d'odi. El projecte ha reforçat el reconeixement del joventut com a titular de drets i ha dotat el professorat i les entitats impulsores d'eines per abordar aquestes vulneracions en l'àmbit comunicatiu. No obstant això, l'impacte és més profund quan la campanya s'insereix en processos educatius sostinguts i contextualitzats.

#### 6. Sostenibilitat i transferibilitat

L'avaluació mostra que el projecte "*Cómplices Joven*" presenta potencialitat per a la seua sostenibilitat, reproductibilitat i transferibilitat, gràcies a una metodologia consolidada, adaptable i alineada amb l'enfocament de drets humans i de gènere. El xatbot s'ha integrat com una eina pròpia de l'ACPP en el marc de l'Educació per a la Ciutadania Global, amb capacitat de continuïtat en diferents territoris, contextos educatius i, potencialment, amb les sòcies del Sud, sempre que es pugui garantir l'acompanyament pedagògic necessari. Tot i que els compromisos institucionals i de finançament encara són incipients, l'interès mostrat per institucions i actors internacionals, juntament amb la difusió en congressos i espais especialitzats, reforça la projecció del projecte i el seu potencial per inspirar noves iniciatives de lluita contra el discurs d'odi.

**El projecte es consolida com una bona pràctica de sensibilització digital contra el discurs d'odi, amb potencial de continuïtat i aprofundiment si es reforcen la participació activa de la joventut, els processos educatius a mitjà termini i els mecanismes de sostenibilitat institucional.**

### Lliçons apreses



- L'experiència de la campanya "*Cómplices Joven*" mostra que l'ús de formats digitals propers al llenguatge i a les dinàmiques de consum de la joventut, com el xatbot, facilita l'accés, la participació i la implicació del públic destinatari. Aquest tipus d'eines permeten arribar a segments de població jove que difícilment participen en accions de sensibilització més convencionals, reforçant l'eficàcia de les estratègies comunicatives.
- La participació de perfils experts en màrqueting i anàlisi d'algoritmes ha estat clau per optimitzar l'abast, la segmentació i el rendiment de la campanya, així com per introduir ajustos continus durant la seva implementació. Aquesta experiència evidencia que la combinació de continguts educatius amb estratègies professionals de difusió digital incrementa de manera significativa la viabilitat i l'impacte de les campanyes de sensibilització.

- El disseny de continguts breus, directes i vinculats a situacions quotidianes dels i les joves ha facilitat la comprensió dels missatges i ha contribuït a una elevada taxa de finalització del xatbot. Aquesta lliçó reforça la importància d'evitar discursos excessivament teòrics o moralitzants i d'apostar per exemples propers que connecten amb les experiències reals de les persones participants.
- L'enfocament del xatbot com un "repte" o "auto test" (basat en la curiositat per saber si s'és capaç d'identificar el discurs d'odi) ha resultat una estratègia eficaç per captar l'interès de la joventut i mantenir la seva participació al llarg del recorregut. Aquest element de gamificació s'identifica com una bona pràctica transferible a futures intervencions de sensibilització digital.
- El xatbot s'ha mostrat com una eina versàtil, susceptible de ser adaptada a diferents temàtiques, franges d'edat i contextos territorials. Aquesta capacitat d'adaptació facilita la seva reproductibilitat en altres entorns educatius i comunicatius, així com la seva possible transferència a altres projectes i territoris, sempre que s'acompanyi d'una contextualització pedagògica adequada.

## Recomanacions

**R1. Impulsar la participació activa de la joventut en el disseny de la campanya i dels missatges comunicatius.** Es recomana incorporar mecanismes de co-creació amb joves des de les fases inicials de disseny de la campanya, amb l'objectiu d'ajustar millor el llenguatge, els formats, les situacions plantejades i els interessos al públic objectiu. Aquesta participació pot reforçar la pertinència cultural, l'apropiació dels continguts i el potencial transformador de la intervenció. L'experiència del projecte mostra que aquesta línia ja es preveu per a edicions posteriors, fet que constitueix una bona pràctica a consolidar.

**R.2 Reduir el marge temporal entre la implementació de la campanya i els processos d'avaluació.** Es recomana realitzar la mesura dels resultats i impactes de la campanya de manera immediata o en un termini breu un cop finalitzada la seva implementació. Això permetria millorar la qualitat de la informació recollida, reduir la manca o reducció informativa derivada del record retrospectiu i obtenir dades més precises sobre l'abast, la percepció i els aprenentatges generats, especialment en el cas del professorat i de l'alumnat.

**R.3 Utilitzar el xatbot com a línia de base per al disseny de futures intervencions educatives més profundes.** Es recomana consolidar l'ús del xatbot no només com a eina de sensibilització, sinó com un instrument de diagnòstic inicial que permeti identificar nivells de consciència, zones de confusió i narratives predominants entre la joventut. Tal com ja s'està aplicant en edicions posteriors, els resultats actualitzats del xatbot poden servir com a línia de base per dissenyar actuacions educatives més directes, participatives i transformadores, orientades al canvi d'actituds i pràctiques.



#### **R.4 Integrar sistemàticament el xatbot dins de processos educatius més amplis i sostinguts.**

Es recomana reforçar l'articulació del xatbot amb tallers presencials, espais de debat i materials pedagògics complementaris, especialment en l'àmbit educatiu formal. Les evidències recollides indiquen que l'impacte de l'eina és més profund i sostenible quan s'insereix en processos educatius estructurats que permeten aprofundir en les situacions ambigües, la interseccionalitat i l'expressió d'experiències pròpies. Per tant, integrar el xatbot en un programa o cadena d'accions incrementa exponencialment el seu impacte.

#### **R.5 Formalitzar aliances i garantir recursos per assegurar la sostenibilitat a mitjà i llarg termini.**

Es recomana avançar cap a la formalització de les aliances existents amb diverses institucions com les educatives, universitats i administracions públiques, amb l'objectiu de garantir recursos econòmics

i institucionals que permetin la continuïtat, actualització i adaptació del xatbot. Aquesta mesura és clau per transformar l'interès detectat en compromisos estables que assegurin la sostenibilitat del projecte.

#### **R.6 Reforçar l'adaptabilitat territorial i cultural de l'eina en col·laboració amb les sòcies del Sud.**

Es recomana desenvolupar processos d'adaptació del xatbot conjuntament amb les organitzacions sòcies del Sud, assegurant ajustos lingüístics, culturals i pedagògics que garanteixin la pertinència contextual. Aquest enfocament col·laboratiu pot reforçar tant la transferibilitat com l'impacte de futures rèpliques en altres territoris. A més enfortiria la mirada del projecte cap al sud global, visualitzant també les realitats del sud i com es relacionen amb els reptes que també s'enfronten en el nostre context.



# Introducció

AVALUACIÓ EXTERNA EN EL MARC DEL PROGRAMA

“NONONO: EL DISCURS DE L'ODI NO ENS REPRESENTA!”



## 2.1 Antecedents i objectius de l'avaluació

El present document conforma l'informe d'avaluació externa al programa “NONONO: EL DISCURS DE L'ODI NO ENS REPRESENTA!”, finançat per l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament (ACCD), i executat conjuntament per l'Assemblea de Cooperació per la Pau i ACATHI.

Com a fase final del programa, es desenvolupa un procés d'avaluació que permet analitzar de manera concreta els avanços, lliçons apreses, aprenentatges i dificultats trobades durant l'execució de la “campanya digital participativa i inclusiva denominada “Cómplices Joven”, un xatbot per a desmuntar estereotips i combatre discursos discriminatoris, especialment entre la joventut.

En aquest marc, el present informe exposa els resultats de l'avaluació final externa, d'acord amb els TdR convocats per l'ONG ACPP per tal de valorar **la coherència, l'eficàcia, l'impacte i la sostenibilitat**, generant alhora informació i coneixement rellevant per a la identificació de punts fort i febles, a més d'eines i mecanismes que puguin afavorir la dinamització de les accions previstes en el futur i maximitzar l'impacte positiu del programa.

L'anàlisi de la informació recollida ha pretès assolir els objectius específics següents:

**Valorar el disseny i l'execució de l'eix de la campanya**, així com dels seus resultats en relació amb el plantejament inicial, així com de les correccions incorporades d'acord amb els diferents processos avaluatius posats en marxa.

**Recollir evidències d'aprenentatge** que permetin extraure elements de reflexió, recollits en forma de recomanacions i conclusions sobre el grau d'assoliment d'objectius i resultats plantejats en el document de formulació.

**Retroalimentar el procés de presa de decisions en el futur** immediat, tant davant de l'ACCD com de les principals titulars de drets i la resta de titulars de responsabilitats i obligacions amb els que s'ha treballat.

**Extreure bones pràctiques i lliçons apreses** per incorporar-les a les actuals intervencions, mesures de millora i adequació que donin suport a la sostenibilitat i la viabilitat dels processos.

## 2.2 Presentació de l'equip avaluador

L'avaluació ha estat elaborada per **Helena Rodríguez de Guzmán** i **Alicia Carpio Obré** de [Educar-convalor.com](http://Educar-convalor.com) en les fases de disseny metodològic, aixecament d'informació clau i redacció de l'informe final, comptant amb la col·laboració de l'equip tècnic d'ACPP en la coordinació i comunicació amb joves, docents, i altres agents participants de la campanya.

L'equip avaluador té experiència en processos d'avaluació de programes d'educació i participació social d'infància i joventut en l'àmbit local, nacional i internacional (des d'un marc de drets) con especial incidència en programes socioeducatius i d'Educació per a la Ciutadania global i educació transformadora.

## 2.3 Descripció de la intervenció analitzada



El projecte **NONONO: El discurs d'odi no ens representa!**, finançat per l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament en la Convocatòria 2023, és una iniciativa impulsada per **ACPP** i **ACATHI** que s'inscriu en la trajectòria de treball de totes dues entitats per combatre els discursos d'odi i les discriminacions de diversa naturalesa. Aquest eix d'intervenció forma part de l'estratègia estructural de les organitzacions i es desenvolupa en el marc de projectes de cooperació al desenvolupament i d'educació per al desenvolupament i la sensibilització.

El programa té com a objectiu general **contribuir a la lluita contra el discurs d'odi des d'una perspectiva de drets humans**, amb especial atenció a les vulneracions que afecten les dones, les perso-

nes migrades i el col·lectiu LGTBI+, en els contextos de **Catalunya, el Marroc i Colòmbia**. Per assolir aquest objectiu, el projecte aposta per la **deconstrucció de conceptes racistes i del sistema cis-heteropatriarcal**, així com pel reforç de capacitats crítiques en l'àmbit educatiu, adreçant-se principalment a alumnat jove i personal docent de centres educatius de Catalunya.

El present procés d'avaluació respon a la necessitat de dur a terme una **avaluació externa del component comunicatiu del programa**, centrada específicament en la **campanya digital participativa i inclusiva "Còmplices Joven"**. Aquesta campanya es materialitza a través d'un **xatbot educatiu** dissenyat per identificar, qüestionar i desmuntar estereotips i discursos discriminatoris, especialment entre la joventut. L'eina proposa situacions i frases quotidianes que reproduïen prejudicis normalitzats en l'entorn digital i social, convidant les persones participants a posicionar-s'hi de manera crítica.

L'avaluació se centra en l'anàlisi de la **implementació, els processos i l'impacte** de la campanya comunicativa, valorant tant els resultats assolits com la coherència metodològica de les accions desenvolupades. Es posa una atenció especial a la **integració de l'EGIBDH**, així com a l'adequació de la campanya a les necessitats, interessos i realitats dels col·lectius protagonistes i als contextos digitals on s'ha desplegat.

La campanya "Còmplices Joven" s'emmarca en un context en què l'ús d'Internet i de les xarxes socials té un paper central en la vida quotidiana de la joventut. A l'Estat espanyol, el 95% de les persones joves de la generació Z passen una mitjana de sis

hores diàries connectades a Internet, (*Informe Juventud en España 2024* (Ministeri de Joventut i Infància / INJUVE), i plataformes com TikTok i Instagram s'han convertit en les principals fonts d'informació per a menors de 35 anys. Aquest escenari accentua els riscos associats a la **desinformació i a la propagació de discursos d'odi**, que afecten de manera desproporcionada joves, dones i persones migrades.

En aquest marc, l'informe d'avaluació de la campanya, realitzat per ACPP, analitza les respostes de **més d'11.000 joves d'entre 14 i 30 anys** que han interactuat amb el xatbot educatiu, cosa que permet identificar el seu nivell de consciència crítica davant

dels discursos d'odi normalitzats. Els resultats obtinguts ofereixen informació rellevant sobre l'eficàcia de l'eina com a instrument de sensibilització, així com sobre el seu potencial transformador en termes de canvi d'actituds i reforç del pensament crític.

Finalment, l'avaluació externa pretén **identificar bones pràctiques, extreure lliçons apreses i formular recomanacions** per millorar i donar continuïtat a futures intervencions similars. Així mateix, constitueix una eina clau de **rendició de comptes** davant les institucions finançadores i els col·lectius protagonistes, i dona resposta als requisits establerts en el marc normatiu de justificació de la subvenció.



## Col·lectius destinataris

El programa identifica com a col·lectius protagonistes específics:

**Titulars de Drets (TD):** alumnat i joves de Catalunya, professorat i educadors/es. Els resultats els serviran per reforçar les eines pedagògiques, d'incidència i sensibilització.

**Titulars de Responsabilitats (TR):** entitats impulsores com ACPP i ACATHI, centres educatius i la cooperativa col·laboradora. L'avaluació els proporcionarà informació per millorar les metodologies, generar aliances noves i ampliar la sostenibilitat de les estratègies de transformació social.

## 2.4 Criteris de valoració

D'acord amb la proposta tècnica presentada per l'equip avaluador (Annex 1), el treball avaluatiu s'ha centrat en l'anàlisi dels següents criteris, a partir de la matriu d'avaluació que es presenta completa a l'Annex 3, detallen totes les preguntes del procés avaluatiu, que han permès analitzar els criteris.

- A. **Coherència:** anàlisi del grau en el qual els objectius, resultats esperats, activitats i indicadors plantejats a través del marc lògic guarden consistència.
- B. **Implementació i eficàcia (Qualitat):** implementació de la campanya comunicativa en relació amb la planificació inicial i l'adaptació al context. A més de valorar el grau d'assoliment dels objectius i resultats previstos. Valoració del disseny i implementació de la campanya com a tal.
- C. **Impacte i resultats;** anàlisi dels canvis significatius i sostenibles a les persones participants. Capacitat de l'eix de comunicació del projecte per implicar de forma significativa, activa i responsable als col·lectius destinataris del projecte (TD, TR, TO). Mesura de l'enfocament de gènere basat en Drets Humans aplicat des de diverses perspectives.
- D. **Sostenibilitat i transferibilitat:** anàlisi d'en quina mesura el programa genera aprenentatges capaços de mantenir-se en el temps, ser aplicats en altres contextos i replicar-se o inspirar noves iniciatives. Anàlisi de la potencial projecció del projecte més enllà del marc referencial d'actuació actual (contextos, públics, etc.)

## 2.5 Pla de treball

### Enfocament metodològic

L'enfocament metodològic que s'ha aplicat a l'avaluació té un caràcter qualitatiu i ha estat implementat en 3 fases (planificació, treball de camp i anàlisi), amb un enfocament participatiu i amb una anàlisi que pren com a referència els principis de l'ED-GBDH).

La metodologia ha combinat tècniques qualitatives seguint alguns dels criteris principals d'avaluacions de polítiques públiques i de programes del Tercer Sector que indiquen les guies IVALUA (Institut Català d'Avaluació de Polítiques Públiques) i les recomanacions de l'ACCD i d'entitats del tercer sector sobre la implementació de l'EpDCG i l'EGiBDH.

### L'estratègia d'avaluació

#### A. Planificació

En primer lloc, duem a terme una anàlisi en profunditat de la proposta inicial del programa i tota la documentació complementària d'execució del mateix que es va subministrar. Alhora, abans d'iniciar el treball d'anàlisi, es va acordar amb l'equip coordinador de l'avaluació per part d'ACPP l'abast i els límits del treball d'acord amb els TdR.

En aquest procés previ, es va plantejar l'estratègia de treball de camp respectant el ritme del programa, els centres i les actuacions previstes a implementar amb les comunitats educatives.

#### B. Treball de camp i acompanyament

L'aplicació de les entrevistes es va fer a través de telèfon i videoconferència; en el cas de les enquestes a joves, es van dissenyar amb qüestions tancades d'elecció múltiple, i escales Likert i Guttman, i preguntes obertes sobre algun tema específic.

A més, el procés d'avaluació ha comptat amb elements vivencials de manera participativa dirigits a alumnat **d'un centre educatiu participant** (taller participatiu).

#### C. Anàlisi final

Es fa una anàlisi global de la intervenció amb miras a la possible sostenibilitat dels resultats o futures fases / accions.



**Elaboració de l'informe preliminar final:** Sistematitzar la informació i redactar un esborrany inicial que integri les aportacions recollides, estructurat en seccions clares.

**Gestió dels aprenentatges:** socialització i validació de l'informe preliminar amb actors implicats al procés.

**Millora de l'informe final i entrega d'annexos:** Amb les aportacions de la fase anterior (Gestió dels aprenentatges) s'editarà la versió final de l'Informe, generant un document que pugui ser accessible. Es complementarà amb una reunió virtual amb l'equip executor per tal de compartir les principals conclusions i/o recomanacions i fer un balanç del procés fet conjuntament.

## Fonts d'Informació

Els instruments utilitzats en l'avaluació provenen de la investigació social que s'adapten als principis d'objectivitat i de participació, on s'uneixen elements de caràcter qualitatiu i quantitatiu.

### Fonts primàries:

- Entrevistes semiestructurades (vegeu Annex 5.a): a l'equip d'Assemblea de Cooperació per la Pau i a l'equip extern de consultoria en màrqueting.
- Enquesta (veure Annex 5.b): Alumnat de centres educatius participants del programa.
- Enquesta (veure Annex 5.b): professorat que ha participat en el programa i acompanyat a l'alumnat en el xatbot.
- Tallers participatius amb 3 aules d'un dels centres participants en el programa.

### Fonts secundàries:

Es va fer l'anàlisi documental de les fonts que s'indiquen a l'Annex 4. Cal destacar que, de les FFVV aportades per ACPP, s'ha dut a terme el tractament de dades de qüestionaris realitzats a població participant en activitats del programa.

Les fonts d'informació segons l'instrument i la tècnica utilitzada, així com l'univers de la mostra sobre el qual s'ha realitzat l'estudi és el següent:

Taula 1. Mostra de l'estudi segons instruments utilitzats i tipologia del titular

Instrument	Titular	Mostra	% Dones
Entrevista	Equip tècnic, coordinador i responsable del xatbot	2	100%
Enquesta	Joves/alumnes	15	55%
Taller participatiu	Joves/alumnes	58	46,55%
Enquesta	Professorat	3	33%
Entrevista semi-estructurada	Entitat / col·lectiu col·laborador	1	100%
TOTAL		79	

## 2.6 Condicionants i límits de l'estudi realitzat

En el marc de la present avaluació, durant el desenvolupament de l'estudi s'han identificat diversos condicionants i limitacions que han dificultat, d'alguna manera, el seu desenvolupament. Malgrat aquestes circumstàncies, s'ha mantingut en tot moment una coordinació fluida amb l'entitat promotora del projecte, i s'han cercat alternatives amb l'objectiu d'evitar que aquestes limitacions impedeixin la realització d'un estudi complet i de qualitat. A continuació es descriuen les principals situacions identificades:

### **Limitacions d'accés al públic participant per motius de protecció de dades**

Per motius de protecció de dades, no es va facilitar l'accés al registre de les persones que havien respost al xatbot i que havien aportat el seu correu electrònic per rebre el resultat de l'activitat. L'objectiu era poder fer-los arribar un qüestionari que permetés mesurar les seves percepcions en aquest moment del projecte (fase de tancament). Davant la impossibilitat d'accedir directament a aquest públic meta, es va optar per analitzar l'informe ja disponible de les dades i resultats del xatbot, a més de recollir informació a través de l'alumnat dels centres de secundària participants en el projecte, incloent-hi específicament alumnat que havia participat en l'activitat del xatbot. D'aquesta manera, s'ha pogut comptar amb aportacions directes d'informants clau mitjançant qüestionaris (en tres centres educatius) i tallers participatius amb alumnat de tres aules d'un dels centres participants.



### **Distància temporal respecte a la implementació de l'eina**

La distància en el temps entre la implementació del xatbot i la realització de l'avaluació ha dificultat que tant l'alumnat com, en alguns casos, el professorat recordaren amb precisió l'eina concreta. Resultava més fàcil identificar el projecte en el seu conjunt que no una activitat puntual com el xatbot. Per aquest motiu, va ser necessari realitzar un recordatori previ per tal de contextualitzar el sentit dels qüestionaris (adreçats a professorat i alumnat) i dels tallers participatius amb alumnat, assegurant així la correcta comprensió de les activitats i eines vinculades al xatbot.

### **Participació parcial d'alumnat en el procés previ del projecte**

El centre on es va aplicar l'eina de taller participatiu comptava amb una elevada presència d'alumnat nouvingut, que no havia format part de les activitats desenvolupades en el projecte durant l'any anterior. Atès que només una part de l'alumnat participant en l'activitat havia estat involucrada en el procés previ (Projecte *No no no*), els resultats i abast del taller s'han d'interpretar de manera parcial, tenint en compte la incorporació d'alumnat no coneixedor de les activitats prèvies ni beneficiari de les accions de sensibilització i presa de consciència.

Aquest conjunt de condicionants ha implicat que l'anàlisi de percepcions es realitzarà a partir de fonts alternatives al públic inicialment previst, així com en un context marcat per una participació heterogènia de l'alumnat, fet que ha requerit un esforç addicional de contextualització durant el procés d'avaluació. Així i tot s'han pogut rescatar fonts informatives directes interessants que han aportat valor al procés d'avaluació.



# Anàlisi dels criteris d'avaluació

AVALUACIÓ EXTERNA EN EL MARC DEL PROGRAMA

“NONONO: EL DISCURS DE L'ODI NO ENS REPRESENTA!”

**A continuació, s'exposen els resultats de l'anàlisi dels criteris acordats, d'acord amb les preguntes recollides a la matriu de l'avaluació.**

## 3.1 Coherència

En aquest apartat s'analitza el grau en el qual els objectius, resultats esperats, activitats i indicadors plantejats a través del marc lògic guarden consistència.

### Estructura del projecte i coherència interna

#### El projecte ha sigut coherent amb la matriu de planificació?

El disseny del R2, orientat a contribuir a la lluita contra el discurs d'odi en l'àmbit de la comunicació a Catalunya, el Marroc i Colòmbia, es concreta de manera clara a través d'un eix comunicatiu digital amb una lògica d'intervenció consistent i ben articulada.

Les activitats previstes (A.2.1 i A.2.2) responen de manera directa a l'assoliment dels indicadors establerts. En particular, la campanya digital participativa “Còmplices Joven”, materialitzada mitjançant el xatbot educatiu i les accions de difusió associades, s'alinea de manera clara amb l'indicador d'impacte digital (iOV2.1), assolint i superant l'objectiu de 10.000 impressions digitals i generant una interacció significativa amb la població jove. Així mateix, l'estratègia comunicativa desplegada ha contribuït a incrementar de manera notable el pes del sector jove entre les persones participants, en coherència amb l'indicador iOV2.2, reforçant l'adequació del projecte al públic objectiu definit.

Des d'una perspectiva d'EGIBDH, el Resultat 2 presenta una coherència reforçada entre el seu disseny, la seva implementació i els objectius estratègics del programa. El plantejament del component comunicatiu parteix d'una lectura estructural del discurs d'odi com a vulneració de drets humans, amb especial incidència sobre dones, persones migrades i col·lectius LGTBI+, i es concreta en activitats i eines que promouen el desenvolupament de capacitats crítiques, l'exercici de la llibertat d'expressió i el dret a una comunicació lliure de discriminacions. La campanya “Còmplices Joven” incorpora de manera transversal la perspectiva de gènere mitjançant la deconstrucció d'estereotips, la visibilització de desigualtats interseccionals i la promoció de narratives inclusives en l'àmbit digital, alhora que afavoreix la participació activa de la joventut com a titular de drets. Aquesta coherència entre enfocament, objectius, activitats i indicadors garanteix que el R2 no només mesuri impactes quantitatius, sinó que té la intenció de contribuir de manera qualitativa a processos de sensibilització, empoderament i transformació social, en línia amb els principis de coherència de polítiques, enfocament de drets i justícia global promoguts per l'ACCD.

## Es van realitzar adaptacions? Amb quins motius i resultats?

Durant la implementació, s'han identificat adaptacions operatives vinculades principalment a l'adequació dels continguts, formats i canals de difusió als hàbits digitals de la joventut i a les dinàmiques pròpies de les plataformes utilitzades. Aquestes adaptacions no han suposat una desviació dels objectius ni dels resultats previstos, sinó que han contribuït a millorar l'eficàcia i la rellevància de la campanya, reforçant la coherència entre el plantejament inicial i la seva execució pràctica.

D'acord amb les respostes aportades per l'equip tècnic de l'entitat, durant el període de creació del xatbot el procés va ser llarg i va requerir nombrosos ajustos, canvis i adaptacions. Un cop creat, el xatbot ja no es podia modificar. Tot i això, el funcionament va ser correcte i l'eina va complir la seva funció. Durant el procés de creació es van implementar diversos ajustos específics per adaptar l'eina i els materials a les necessitats del públic destinatari, entre els quals es poden destacar:

1. **Canvi del llenguatge** per tal que fos inclusiu.
2. **Modificació del lema de la campanya** per fer-lo més atractiu (“catchy”) i adaptació d'alguns dels hashtags proposats.
3. **Substitució de les imatges il·lustratives** dels correus electrònics per material visual més proper i menys genèric, evitant l'estil de bancs d'imatges internacionals.
4. **Revisió i adaptació dels correus de sensibilització** enviats com a resultat del test, amb informació i dades rellevants per als interessos de la joventut.
5. **Modificació i ampliació de les creativitats**, incloent-hi el disseny d'imatges, per arribar a més espais i canals de difusió.

Aquestes adaptacions van permetre que el xatbot i els materials associats fossin més efectius, accessibles i alineats amb les característiques del públic destinatari.

## Facilitació d'una participació igualitària

### La campanya ha plantejat aspectes de contingut, metodologia i impacte de gènere i inclusió?

La campanya digital “Còmplices Joven” ha integrat de manera explícita i coherent aspectes de **gènere, inclusió i antiracisme** tant en els continguts com en l'enfocament metodològic, afavorint una participació àmplia i diversa de la joventut. Des del punt de vista del contingut, el xatbot educatiu planteja situacions quotidianes que reproduïxen discursos discriminatoris vinculats al racisme, la xenofòbia, el masclisme, l'aporofòbia i la LGTBIQ+-fòbia, abordant-los des d'una mirada crítica i basada en drets humans. Aquesta aproximació permet visibilitzar com el discurs d'odi opera de manera estructural i interseccional, afectant de forma diferenciada dones, persones migrades i col·lectius històricament vulnerabilitzats.

Metodològicament, l'eina aposta per una interacció accessible, no jeràrquica i adaptada als llenguatges digitals de la joventut, facilitant la participació activa i l'autoavaluació crítica sense estigmatitzar les persones participants. Els resultats de la campanya

### **Qualitat comunicativa de la campanya**

mostren una incidència significativa en dones joves, que representen el 53,9% de les persones assolides, així com una elevada penetració en la franja d'edat de 18 a 24 anys (69,5%), fet que indica una capacitat efectiva de connectar amb el públic prioritari des d'una perspectiva de gènere i inclusió (Ver informe [Resultats de la Campanya Còmplices](#))

Alhora, les respostes recollides evidencien tant l'existència de posicionaments majoritàriament inclusius, com la persistència de resistències en àmbits com la migració i el feminisme, la qual cosa reforça la pertinència del plantejament de la campanya com a espai de sensibilització i detecció de “zones cegues” en la consciència crítica juvenil. En conjunt, la campanya ha afavorit una participació significativa i igualitària, alineada amb l'EGIBDH, no només en termes d'abast quantitatiu sinó també pel seu potencial transformador en la comprensió dels drets, la diversitat i la convivència en l'entorn digital.

## La comunicació del projecte ha estat clara, coherent i alineada amb els objectius i missatges clau del programa?

Des del punt de vista de l'equip de màrqueting entrevistat la comunicació del projecte va suposar un canvi clar respecte a la campanya anterior, tant pel que fa al llenguatge com als canals utilitzats. Es va donar un aire totalment diferent, adaptant-se específicament al públic jove (18-25/26 anys), amb una reformulació del discurs: si en la primera campanya el missatge girava al voltant de "si eres cómplice", en aquesta es va centrar en si la persona era capaç d'identificar el *hate* a les xarxes socials.

Es va crear un hashtag propi ("vivar sin hate") i es va adaptar el llenguatge per fer-lo més proper a la gent jove. Les temàtiques, tot i ser genèriques i semblants a les del projecte anterior, es van ajustar lleu-

gerament per encaixar millor amb aquest nou enfocament. Els continguts es van contextualitzar en espais com instituts i centres educatius, reforçant la coherència entre missatge, canal i públic destinatari.

Per altra banda, la comunicació del projecte ha estat analitzada pel seu **grau de claredat, coherència i alineació amb els objectius i missatges clau**. Per això, s'ha procedit a una anàlisi **de la narrativa i dels continguts**, valorant aspectes com l'accessibilitat del llenguatge, l'adaptació als públics i la coherència del missatge, *mitjançant una escala de l'1 al 5, on 1 indica un grau baix d'aplicació i 5 un grau alt*.

Taula 2. Anàlisi de la narrativa i continguts de la campanya "Còmplices Joven".

Criteri / preguntes del criteri	Grau d'aplicació				
	1	2	3	4	5
Llenguatge accessible					
Llenguatge clar i no tècnic					x
To proper i pedagògic				x	
Ús de llenguatge inclusiu i no sexista				x	
<p>La construcció dels missatges s'ha realitzat de manera clara i directa, amb textos breus que faciliten la comprensió dels continguts. El to utilitzat és proper i adequat a l'edat del públic objectiu. Així mateix, els correus electrònics de resposta rebuts per les persones participants (amb tres tipologies diferents en funció del nombre d'encerts en el test del xatbot) empen un llenguatge accessible i comprensible, tant en l'aportació de dades com en el contrast dels discursos d'odi. A més, es fa servir un to positiu que convida les persones participants a continuar aprenent, millorar les seues competències i seguir contribuint a la construcció d'una societat més inclusiva.</p>					
Adaptació lingüística					

Existència de versions simplificades o adaptades (lectura fàcil, idiomes)					x
Adequació del vocabulari al públic destinatari				x	
<p>Els textos han estat traduïts al català i castellà per ser més accessibles. S'ha emprat vocabulari més habitual entre la joventut per tal de ser més accessible i proper a la forma de parlar de la joventut. A més s'han emprat frases curtes i directes per tal de facilitar la comprensió dels textos i facilitar al mateix temps la decisió sobre la resposta. Els e-mails enviats a participants després de completat el xatbot potser són més elaborats i amb textos un poc més extensos, però així i tot s'ha curat la tipologia de termes i formes d'explicar.</p>					
Adaptació visual i de formats	1	2	3	4	5
Ús de recursos visuals (infografies, il·lustracions, vídeos)			x		
Disseny clar i llegible				x	
Adequació del format al canal (xarxes, web, documents)				x	
<p>Adaptació ha format twitter (visible), ús de emoticonos com en conversa en whatsapp. Disseny clar i directe, amb aparició gradual d'informació per fer-ho més llegible i sincrònic. Format adaptat a la joventut, missatges adaptats a Instagram, etc. invitació directa a participar en un xat a modo de test, convidant a posar-se a prova. Els textos enviats per mail per validar les respostes aportades també van acompanyats d'imatge i les facilitats per poder compartir la informació amb altres persones amb enllaços directes.</p>					
Adequació cultural i contextual					
Exemples propers a la realitat dels usuaris/àries				x	
Representació diversa i abordatge de diversos temes				x	
<p>Es presenten situacions concretes i expressions que es poden escoltar habitualment al carrer, formulades a partir d'un llenguatge i unes expressions plenament reconeixibles per al jovent. Es tracta de situacions properes que aborden qüestions com la LGTBIfòbia, el masclisme o el rebuig a la migració, entre altres. Per tant, es treballa amb escenes i converses que fàcilment es podrien donar en el dia a dia de la joventut.</p>					
Enfocament transformador					

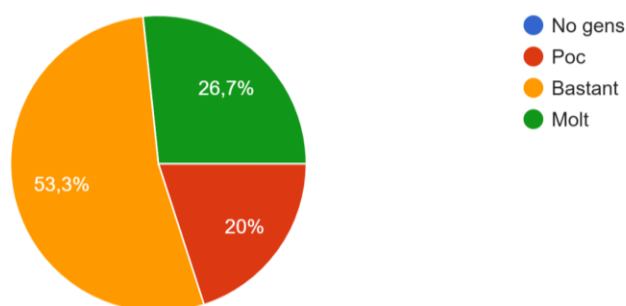
Missatges que qüestionen les postures radicades respecte a temes com				x	
Enfocament basat en drets i empoderament				x	
Crides a la reflexió i a l'acció					x
<p>El xatbot, com a eina, no qüestionava ni emet judicis, ja que es tracta d'un test en què la persona que convida a participar no valora les respostes, sinó que únicament sol·licita que cada participant es posi. No obstant això, els correus electrònics enviats en funció del nombre d'encerts tenen un clar caràcter sensibilitzador, ja que aporten dades i arguments en relació amb cada resposta correcta o incorrecta, i conviden a la reflexió crítica. Així mateix, aquests missatges animen a contribuir i a donar suport a la lluita contra el discurs d'odi, legitimant una postura activa d'afrontament d'aquest tipus de discursos i fent participar la persona interlocutora.</p>					

### Els continguts comunicatius han estat accessibles i comprensibles per als titulars de drets?

Des del punt de vista de l'equip de màrqueting responsable de dur a terme la campanya comunicativa, sí que es considera que els continguts han estat accessibles i comprensibles. No es van detectar confusions ni malentesos, ni es van rebre comentaris o missatges que indicaren problemes de comprensió. Tampoc es van reportar incidències ni interpretacions errònies dels continguts.

Els resultats del qüestionari a l'alumnat mostren que el llenguatge, els exemples i les situacions utilitzades en el xatbot han estat percebuts, en la seva majoria, com a propers a la realitat quotidiana dels i les joves, fet que reforça la pertinència contextual de l'eina i la seva capacitat de connexió amb el públic destinatari.

Gràfic 1. Valoració del llenguatge, exemples i situacions utilitzades



A diferència d'altres campanyes on solen aparèixer comentaris o reaccions problemàtiques, en aquest cas no es va produir cap situació d'aquest tipus, fet que reforça la idea que el missatge era clar i entenedor per al públic destinatari.

## 3.2. Eficàcia

**En aquest apartat s'analitza la implementació de la campanya comunicativa en relació amb la planificació inicial i la seua adaptació al context, així com el grau d'assoliment dels objectius i resultats previstos. Així mateix, es valora el disseny i de la implementació de la campanya en el seu conjunt.**

### Abast d'objectius

#### **S'han desenvolupat les activitats segons el calendari i objectius establerts.**

Pel que fa a l'eficàcia del Resultat 2, l'anàlisi de la implementació de la campanya comunicativa permet concloure que les activitats previstes es van desenvolupar de manera majoritària d'acord amb els objectius i resultats establerts en la planificació inicial. Tant la campanya digital participativa "Còmplices Joven" (A.2.1) com l'estratègia de comunicació i difusió associada (A.2.2) van ser executades en coherència amb el disseny del projecte i amb els indicadors definits per mesurar l'abast i l'impacte en la població jove. Segons la informació facilitada per l'equip tècnic, durant l'execució va ser necessari introduir adaptacions puntuals en el calendari, principalment vinculades a la coordinació amb agents implicats, a l'ajust dels temps de producció de continguts i a la necessitat d'adequar el ritme de difusió a les dinàmiques pròpies de les plataformes digitals. Aquestes adaptacions han tingut un caràcter operatiu i contextual, sense afectar negativament l'assoliment dels objectius previstos ni la qualitat de les accions desenvolupades. Al contrari, han permès optimitzar la implementació de la campanya i millorar-ne la capacitat d'incidència en el públic objectiu, reforçant l'eficàcia global del component comunicatiu del programa.

#### **Les activitats s'han contextualitzat adequadament al territori de Catalunya?**

Segons les aportacions de l'equip tècnic, l'adaptació territorial va incloure la traducció dels materials al català i la seua implementació en centres educatius prèviament seleccionats de Barcelona i Tarragona, garantint així la pertinència lingüística, cultural i educativa de la campanya. La utilització del xatbot "Còmplices Joven" en aquests centres no es redueix a una acció aïllada, sinó que es va integrar dins d'un programa educatiu més ampli, combinant el test interactiu amb tallers presencials, eines pedagògiques i guies didàctiques específiques per treballar el discurs d'odi des d'una perspectiva crítica i de drets humans. Aquesta articulació ha

permès aprofundir en els continguts plantejats pel xatbot i adaptar-los a les realitats concretes de l'alumnat, afavorint processos de reflexió col·lectiva i aprenentatge significatiu. A més, la continuïtat de la sensibilització a partir de les respostes obtingudes (ja fora mitjançant comunicacions posteriors per correu electrònic o mitjançant tallers dissenyats en funció dels posicionaments detectats) evidencia una implementació flexible i sensible al context, reforçant l'eficàcia de la campanya i la seua adequació a les necessitats i dinàmiques del territori català.

#### **S'ha garantit una participació activa i significativa dels col·lectius TD i TR?**

Segons l'equip de màrqueting responsable de la campanya, es van definir prèviament objectius clars de participació i abast, que es van assolir de manera satisfactòria mitjançant una estratègia de segmentació acurada. La campanya va limitar de manera explícita l'audiència al públic jove, tant en l'àmbit educatiu (amb la participació d'alumnat de centres escolars) com a través de la publicitat digital, on la major part de les persones participants eren joves a partir dels 20 anys. Aquesta segmentació per edat va permetre orientar la campanya de forma molt precisa cap al públic objectiu, evitant una difusió generalista cap a població adulta no destinatària.

Des del punt de vista operatiu, aquesta orientació es va materialitzar mitjançant la selecció de xarxes socials amb alta presència juvenil, principalment **Instagram i TikTok**, així com mitjançant campanyes de publicitat segmentades per edat i interessos, assegurant que els continguts apareguessin prioritàriament als feeds del jovent. Tot i que la campanya també va tenir presència a Facebook (amb una participació juvenil menor), aquesta decisió respon a criteris de complementaritat i ampliació de l'abast. Addicionalment, la col·laboració amb influencers amb valors alineats amb una perspectiva fe-

minista i antiracista, i amb un elevat nivell d'engagement amb el públic jove, va contribuir a reforçar la identificació del missatge i la participació activa del col·lectiu destinatari.

Pel que fa als TR, la participació de les entitats promotores, en concret de l'ACPP, els centres educatius i la cooperativa col·laboradora ha estat rellevant tant en el disseny com en la implementació de la campanya, assegurant la coherència metodològica, l'adequació pedagògica i la correcta articulació amb altres accions del programa. La ferramenta utilitzada s'ha dissenyat de manera molt curada buscant un impacte molt concret i directe sobre la població meta. L'avaluació aporta informació clau a aquests actors per millorar les metodologies emprades i reforçar la sostenibilitat de futures estratègies de transformació social. En conjunt, la campanya ha afavorit una participació significativa, especialment en termes d'implicació, rellevància i adequació al públic jove, encara que amb un marge de millora a futur pel que fa a la incorporació del jovent en fases més avançades de presa de decisions i co-creació de continguts.

### **Com s'han gestionat els riscos i factors externs (per exemple, contextos polítics o educatius canviants)?**

Segons les aportacions de l'equip tècnic, es va optar per la contractació de l'empresa especialitzada Persualia, amb expertesa en l'anàlisi del funcionament dels algoritmes de les principals plataformes digitals, com a mesura clau per anticipar i mitigar riscos associats a la visibilitat, l'abast i l'eficàcia de la campanya. Al llarg dels sis mesos de durada de la campanya, Persualia va dur a terme un seguiment continu del rendiment de les accions comunicatives, introduint adaptacions periòdiques orientades a optimitzar-ne l'impacte, com ara ajustos en les creativitats, els formats i els horaris de publicació.

Aquesta capacitat d'adaptació ha permès respondre de manera efectiva a un entorn digital altament canviant, marcat per modificacions constants en els criteris de difusió de continguts i en els patrons de consum del públic jove. En aquesta edició, es van identificar de manera anticipada diversos riscos, vinculats principalment a la possible manca de connexió amb els codis comunicatius juvenils o a la simplificació excessiva de temàtiques complexes. Davant d'això, es van aplicar mesures correctores

centrades en l'ús d'un llenguatge proper i accessible per al jovent, així com en un abordatge conscient de qüestions com la interseccionalitat i la diversitat d'experiències, reforçant la coherència del missatge amb l'EGIBDH.

### **Gestió de la campanya**

#### **La campanya digital "Cómplices Joven" ha arribat efectivament al públic jove previst?**

Segons l'equip de màrqueting responsable, l'estratègia de difusió va combinar accions educatives presencials amb una campanya digital segmentada, fet que va permetre assolir el públic destinatari de manera coherent amb els objectius definits. El disseny del xatbot va facilitar la viralització orgànica de l'enllaç un cop finalitzat el recorregut, contribuint a ampliar l'abast de la campanya més enllà dels espais inicials de difusió. Es va fer ús tant de publicitat pagada (i adequada al perfil i objectius de la campanya) com també ús dels espais virtuals propis de l'entitat promotora com ara web o xarxes socials.

Des del punt de vista de la gestió i el seguiment, el sistema permetia monitoritzar el recorregut de les persones participants, observant tant el nombre d'inicis com de finalitzacions del test. Les dades disponibles mostren que la majoria de persones que iniciaven el xatbot el completaven, amb una taxa d'abandonament inicial baixa i no significativa, atribuïble principalment a dinàmiques habituals de navegació digital. Un indicador clau d'eficàcia ha estat l'elevat percentatge de persones que completaven el test després d'haver iniciat la primera pregunta, fet que evidencia un alt nivell de retenció i interès.

Aquesta bona conversió es relaciona directament amb el disseny metodològic del xatbot, basat en preguntes ràpides, clares i concises, amb respostes mitjançant botons, que faciliten la participació i redueixen les barreres d'entrada. L'enfocament d'auto-test" (centrat a posar a prova la capacitat de reconèixer discursos d'odi) va generar curiositat i motivació entre les persones participants, reforçant el seu compromís fins al final del recorregut. Els resultats globals de la campanya, amb més d'11.000 joves participants i un abast total superior als 2,3 milions de persones, confirmen la capacitat de la campanya per connectar amb el públic juvenil prioritari, especialment amb la franja de 18 a 24 anys, que concentra la major part de la participació.

Pel que fa a la resposta del públic, una observació rellevant ha estat la percepció que el test podia resultar, en alguns casos, relativament fàcil, amb una presència limitada de respostes intencionadament provocadores o de rebuig explícit. No obstant això, els resultats mostren que les principals dificultats es concentraven en aquelles preguntes situades en zones grises entre el discurs d'odi i expressions no clarament ofensives. En aquests casos, les respostes evidencien dubtes i confusió, especialment en temàtiques com la migració, el feminisme o la llibertat d'expressió, posant de manifest la complexitat del fenomen i l'existència de "zones cegues" en la consciència crítica del jovent. Aquest fet reforça el valor pedagògic del xatbot com a eina de sensibilització i diagnòstic, capaç no només de confirmar posicionaments inclusivament majoritaris, sinó també d'identificar àmbits on cal continuar aprofundint amb intervencions educatives més específiques.

Aquest bon nivell d'arribada al públic jove es veu corroborat per l'assoliment dels indicadors IOV2.1 i IOV2.2 del Resultat 2, tant pel que fa a l'abast digital de la campanya (superant l'objectiu d'impressions previst com per l'increment significatiu del pes del

sector jove entre les persones participants, fet que confirma l'adequació de l'estratègia de segmentació i difusió.

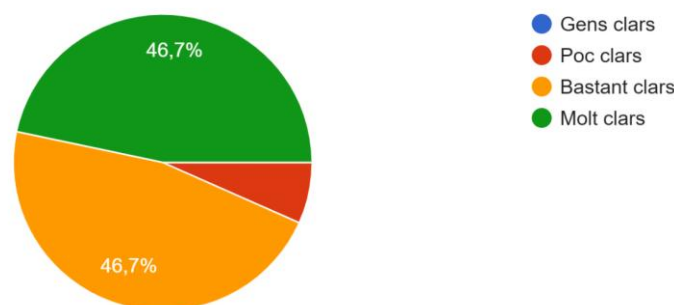
### S'ha aconseguit adaptar la campanya al llenguatge juvenil?

En base a les respostes aportades per l'equip tècnic de l'entitat, inicialment la campanya estava pensada per a un públic general, però es va detectar la necessitat de focalitzar-la en població jove. A partir del diagnòstic previ es va observar que entre un 25 % i un 40 % del jovent normalitzava conceptes relacionats amb la discriminació i els prejudicis.

En la taula de la pàgina 11, sobre "Qualitat comunicativa", es descriu de forma més detallada la tipologia de llenguatge utilitzat en la campanya així com la seua adaptació a diversos criteris.

Per altra banda, els resultats del qüestionari a l'alumnat indiquen que els missatges del xatbot han estat percebuts majoritàriament com a clars i fàcils d'entendre, fet que reforça la pertinència del llenguatge utilitzat i l'adequació comunicativa de l'eina al públic jove destinatari.

Gràfic 2. Valoració de l'alumnat amb la claredat i comprensibilitat dels missatges del xatbot.



Per aquest motiu, es va identificar com a necessari treballar amb joves d'entre 14 i 29 anys, definint este marge d'edat segons el que Nacions Unides considera com població jove, i iniciant en 14 tenint en compte que els 14 anys és l'edat aproximada d'inici d'accés a les xarxes socials a Espanya.

### Es va garantir la participació activa del jove en la creació o validació dels continguts?

Des de les aportacions de l'equip de màrqueting, es va afirmar que no es va comptar amb joves com a assessors ni en processos de co-creació o

validació prèvia dels continguts. No obstant això, sí que es va garantir la participació activa a través de la interacció amb el xatbot i del fet de facilitar el correu electrònic per rebre informació posterior.

Es van enviar correus posteriors en funció del grau d'encert en el test (respostes correctes totes, algunes o cap), incloent-hi una part de sensibilització en els casos d'error. En alguns casos puntuals es va rebre feedback per part de centres educatius sobre com l'alumnat havia rebut l'activitat.

No es van dur a terme accions de telemàrqueting ni altres mecanismes per aprofundir qualitativament en la participació. Tot i això, es disposava d'un informe amb dades d'abast i d'un dashboard que permetia accedir a tota la informació sobre les respostes i el comportament de les persones participants.

### **S'han aconseguit altres efectes no previstos o s'ha adaptat el projecte a necessitats?**

D'acord amb les respostes aportades per l'equip tècnic de l'entitat, es van identificar alguns efectes no previstos del projecte, com ara l'interès del professorat per utilitzar el material generat a les aules com a recurs educatiu. Així mateix, diversos mitjans de comunicació es van fer ressò de la campanya, contribuint a ampliar-ne l'abast més enllà del

públic inicialment previst. Això va contribuir a la visibilitat de l'actuació així com de la temàtica abordada.

Pel que fa a l'adaptació del projecte a necessitats sobrevingudes, cal destacar el cas del centre Neus Català. Per motius aliens al projecte, no va ser possible dur a terme les activitats finals de comunicació previstes. Tanmateix, el centre sí que va participar en la totalitat del procés formatiu, inclosa la part relativa al desenvolupament i ús del xatbot, garantint així l'assoliment dels principals objectius pedagògics del projecte, tot i l'ajust puntual en les activitats de difusió. Cal destacar que precisament aquest centre va estar el que va participar en el procés d'avaluació sent el seu alumnat el que va fer les aportacions que també s'inclouen en este informe.

## **3.3. Impacte**

**En aquest apartat s'analitzen els canvis significatius i sostenibles generats en les persones participants, així com la capacitat de l'eix de comunicació del projecte per implicar de manera significativa, activa i responsable els col·lectius destinataris (TD, TR i TO). Igualment, es mesura l'aplicació de l'EGIBDH des de diverses perspectives.**

### **Visibilització de discurs de l'odi i canvis significatius**

#### **El projecte ha contribuït a una major consciència social sobre el discurs d'odi?**

L'anàlisi combinada dels qüestionaris a joves, les respostes del professorat i el taller participatiu segons el model de Kirkpatrick, permet constatar impactes diferenciats però complementaris, tant en l'àmbit cognitiu com actitudinal.

Aquest model consta de quatre nivells, disposats en una jerarquia, de tal mode que l'avaluació comença sempre pel nivell I i acaba en el nivell IV i cada nivell serveix de base per a construir els següents. Aquests nivells tractaran d'avaluar la SATISFACCIÓ o valoració de l'acció formativa pròpiament dita; l'APRENENTATGE o comprovació dels coneixements dels participants en processos formatius; la CONDUCTA o valoració de la utilitat de l'acció formativa en l'acompliment ordinari de les ocupacions dels participants; i els RESULTATS, per a conèixer la repercussió de la formació a llarg termini, amb especial atenció a la incidència.

En relació amb el **nivell I – Satisfacció**, els resultats del qüestionari adreçat a joves mostren una va-

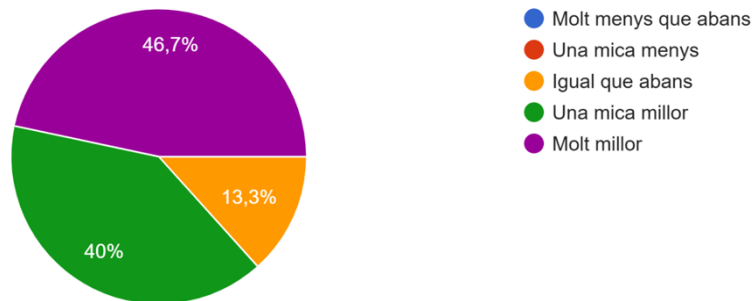
loració globalment positiva de la campanya. La majoria de participants consideren que el format xatbot és adequat per tractar aquestes temàtiques, que els missatges són clars i entenedors, i que el llenguatge i els exemples resulten propers a la seva realitat. Igualment, una part significativa afirma que recomanaria l'experiència a altres joves. Tot i això, apareixen observacions crítiques recurrents, tant en joves com en docents, que apunten que algunes preguntes resultaven previsibles o massa evidents, fet que limita el repte cognitiu i la implicació d'una part de l'alumnat més conscienciat prèviament.

Pel que fa al **nivell II – Aprenentatge**, els resultats del xatbot i dels qüestionaris mostren una millora clara en la capacitat d'identificació del discurs d'odi. Una majoria afirma que, després de la participació, identifica millors missatges discriminatoris, comprèn per què determinats comentaris poden fer mal o excloure altres persones i ha adquirit nous coneixements sobre diferents formes de discriminació (racisme, masclisme, LGTBI-fòbia o classisme).

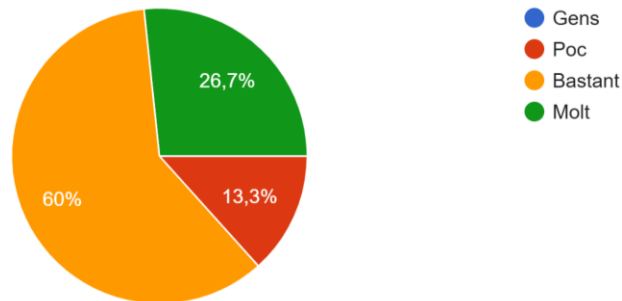
Aquest aprenentatge es veu reforçat pels resultats del taller participatiu, on es constata que els i les joves reconeixen amb facilitat **micro agressions**,

**prejudicis i discursos d'odi presents en contextos quotidians**, especialment a l'aula, al barri i a les xarxes socials, tot i que emergeixen dificultats en situacions més ambigües o normalitzades.

Gràfic 3. Canvi percebut de l'alumnat



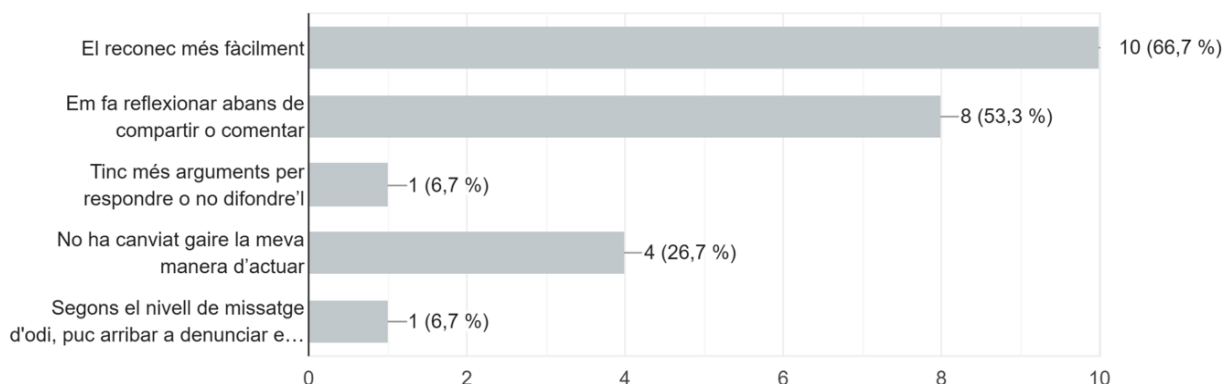
Gràfic 4. Nivell de comprensió de l'alumnat de missatges que poden discriminar altres persones



En el **nivell III – Conducta**, els indicadors apunten a canvis incipients però rellevants en les actituds i pràctiques dels participants. Una part important dels joves manifesta que, després de la campanya, reflexiona més abans de compartir o riure comentaris discriminatoris, que reconeix amb més rapidesa el discurs d'odi i que disposa de més arguments per no difondre'l o per respondre-hi de manera crítica.

Els resultats del taller mostren, tanmateix, que davant de moltes situacions continua predominant el silenci, la normalització o la resposta amb humor, fet que evidencia que el canvi de conducta no és homogeni i que requereix processos educatius sostinguts i espais de reflexió col·lectiva. En aquest sentit, el professorat destaca que l'impacte del xatbot és més significatiu quan s'insereix dins d'un treball pedagògic més ampli i estructurat.

Gràfic 5. Resposta de l'alumnat quan veu un comentari d'odi a xarxes socials



Finalment, en relació amb el **nivell IV – Resultats**, el projecte ha contribuït a incrementar la visibilització del discurs d'odi com a problemàtica social present en la vida quotidiana dels i les joves, generant un impacte especialment rellevant en termes de sensibilització i presa de consciència. L'alt índex de finalització del xatbot, la capacitat de viralització del recurs i la continuïtat de les converses més enllà de l'eina digital indiquen una bona incidència del projecte. A més, la reutilització del xatbot com a recurs educatiu adaptable a futurs contextos i cursos reforça el seu potencial de sostenibilitat, especialment si es combina amb metodologies participatives que aprofundeixin en la complexitat, la interseccionalitat i les situacions grises del discurs d'odi.

### Existeix evidència d'aprenentatge transformador en el professorat i alumnat?

En el cas de l'alumnat participant dels qüestionaris així com les dinàmiques desenvolupades en el taller participatiu, una part significativa manifesta que, després de la participació en la campanya, identifica millor els discursos d'odi i reconeix que alguns missatges aparentment inofensius poden tenir un impacte ofensiu o excloent. Aquest canvi es fa especialment visible en el taller, on els i les joves detecten micro agressions i prejudicis presents en el seu entorn proper, tot i que també emergeixen contradiccions, normalitzacions i respostes ambigües, indicatives d'un procés de transformació encara en curs.

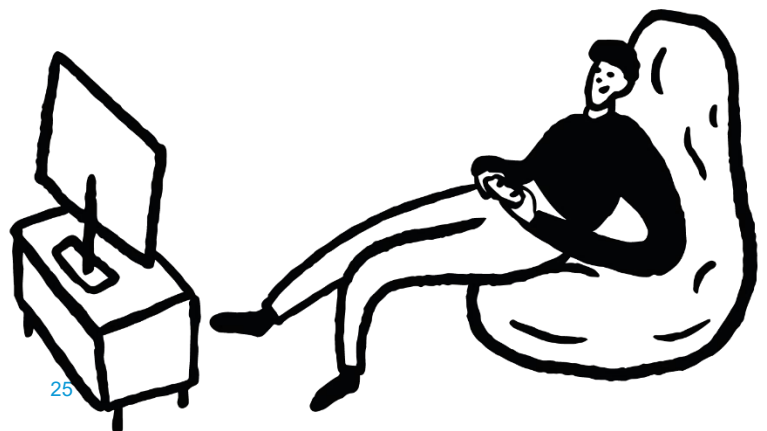
Pel que fa al professorat, els qüestionaris reflecteixen una mirada més crítica sobre les potencialitats i limitacions del xatbot, destacant la necessitat d'acompanyar-lo de processos pedagògics de reflexió per tal de generar canvis profunds. Aquesta reflexió docent, que reconeix tant els aprenentatges assolits com les mancances detectades, constitueix en si mateixa una evidència d'aprenentatge transformador, en tant que qüestiona pràctiques educatives prèvies i apunta cap a metodologies més contextualitzades, participatives i orientades a la transformació social.

### Els missatges de sensibilització han tingut continuïtat més enllà de les activitats concretes?

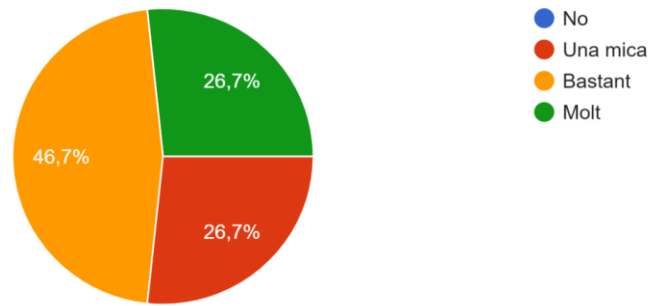
Segons les respostes aportades per l'equip tècnic de l'entitat, en el marc estrictament digital de la campanya la continuïtat dels missatges de sensibilització es va concretar principalment en l'enviament d'un únic correu electrònic posterior al recorregut pel xatbot, amb continguts informatius i de reforç. Així i tot, se'ns va informar que posteriorment a l'aplicació del xatbot sí que es van fer activitats de sensibilització en l'entorn educatiu, amb tres centres de secundària concretament. Es van dur a terme tallers en els quals abordar el discurs de l'odi, i les respostes que deu donar la societat davant d'aquestes situacions.

Per altra banda, l'anàlisi dels qüestionaris a alumnat i professorat, així com els resultats del taller participatiu, permeten identificar formes de continuïtat que van més enllà de l'acció puntual del xatbot. En el cas de l'alumnat, una part significativa assenyala que els missatges continuen sent útils un cop finalitzada l'activitat i que aquests han influït en la seva manera de reflexionar abans de compartir continguts, identificar discursos d'odi o intervenir en situacions quotidianes, especialment a les xarxes socials. Així mateix, diversos docents indiquen que la campanya va generar espais de diàleg i converses posteriors a l'aula, formals o informals, i que els continguts van servir com a punt de partida per seguir treballant la temàtica en altres moments educatius.

El següent gràfic evidència fins a quin punt l'alumnat (participant en el qüestionari online) percep la utilitat en el temps dels continguts i missatges abordats. Destaca un 46,7% que considera que estos continguts tenen bastant utilitat al seu futur.



Gràfic 6. Percepció d'utilitat en el temps de l'alumnat.



Finalment, el taller participatiu evidencia que els conceptes abordats es reactiven i ressignifiquen quan es traslladen a situacions properes a l'experiència vital dels i les joves, la qual cosa apunta a una continuïtat qualitativa dels missatges en forma de reflexió crítica, encara que aquesta no estigués sistematitzada ni planificada com una fase específica del projecte.

### Les persones participants reconeixen els aprenentatges i poden aplicar-los a la vida quotidiana i a diversos espais i contextos?

D'acord amb el **nivell II del model de Kirkpatrick**, centrat en l'avaluació de l'aprenentatge adquirit, les evidències recollides a través dels qüestionaris a l'alumnat, les aportacions del professorat i els resultats del taller participatiu, es visualitza que una part significativa de les persones participants reconeix haver incorporat nous coneixements i més comprensió crítica sobre el discurs d'odi i les discriminacions associades.

L'alumnat manifesta que, després de la participació en la campanya, identifica millor els missatges d'odi, entén amb més claredat perquè determinats comentaris poden resultar ofensius o discriminatòris i ha adquirit nous aprenentatges relacionats amb el racisme, el masclisme, l'LGTBI-fòbia o altres formes de discriminació. Aquest aprenentatge es fa visible també en els tallers duts a terme, on els i les joves **són capaces de reconèixer micro agressions i prejudicis** presents en situacions quotidianes i d'argumentar per què aquestes pràctiques són problemàtiques.

Des del punt de vista del professorat, tot i que es destaca la necessitat de més acompanyament pedagògic per aprofundir en els aprenentatges, es reconeix que el projecte facilita la comprensió dels

conceptes clau i contribueix a ampliar el marc interpretatiu de l'alumnat.

### Participació activa i transformadora

#### Han participat les persones titulars de drets en la creació o difusió dels missatges i materials comunicatius de la campanya?

Segons les respostes aportades per l'equip tècnic de l'entitat, les persones titulars de drets no van participar directament en la creació ni en el disseny dels missatges i materials comunicatius de la campanya, que van ser definits principalment per l'equip impulsor i els perfils tècnics especialitzats. La participació de l'alumnat i dels joves es va concentrar, sobretot, en la recepció, interacció i difusió dels continguts a través del xatbot i de les xarxes socials, així com en espais educatius i participatius posteriors, com els tallers i debats a l'aula.

En aquest sentit, la participació es pot situar principalment en un nivell consultiu o d'implicació com a públic destinatari, més que no tant en una participació transformadora vinculada a la presa de decisions o a la co-creació dels missatges. No obstant això, tant l'equip tècnic com els resultats de l'avaluació identifiquen aquesta absència de co-creació com una oportunitat de millora rellevant, assenyalant el potencial que tindria la incorporació de les veus de la joventut en el disseny dels continguts per reforçar la pertinència, l'apropiació i l'impacte transformador de futures edicions de la campanya. Efectivament, l'equip tècnic ens va informar que l'una següent edició del programa ja en cursa, ja s'ha convidat joves a participar en el procés d'identificació, amb la intenció d'aterrar d'una forma més encertada la campanya, missatges, canals, etc.

## Enfocament de gènere

### El projecte ha ajudat a visibilitzar i combatre les discriminacions interseccionals?

En relació amb el Resultat 2 (contribuir a la lluita contra el discurs de l'odi en l'àmbit de la comunicació), el projecte ha contribuït de manera significativa a la visibilització de les discriminacions interseccionals a través de la campanya digital participativa "Còmplices Joven". El xatbot educatiu ha incorporat continguts que **aborden de forma explícita la intersecció entre gènere, origen migratori, orientació i identitat sexual, religió i classe social**, mostrant com aquests eixos es combinen en la producció i normalització de discursos d'odi en entorns digitals i educatius.

Les evidències recollides mitjançant els qüestionaris a l'alumnat indiquen una millora en la capacitat d'identificar missatges discriminatoris i en la comprensió del caràcter interseccional del discurs d'odi, especialment pel que fa a la coexistència de múltiples formes de discriminació en una mateixa situació comunicativa (nivell d'aprenentatge del model de Kirkpatrick). Aquest resultat es veu reforçat pels tallers participatius, on els i les joves van reconèixer micro agressions i prejudicis habituals en la comunicació quotidiana, tot i que també es constata la **persistència d'estereotips**, fet que situa l'impacte principalment en fases de sensibilització i presa de consciència.

En aquest sentit, el projecte ha contribuït a combatre les discriminacions interseccionals en l'àmbit comunicatiu mitjançant la desnaturalització de determinats missatges i pràctiques discursives, assenyalant la necessitat de continuïtat i aprofundiment per consolidar canvis més estructurals.

### Ha promogut canvis de narrativa respecte a la diversitat i els drets humans?

Pel que fa al Resultat 2, l'avaluació mostra que la campanya ha promogut canvis de narrativa incipients però rellevants en el discurs del jovent participant, avançant cap a marcs comunicatius més alineats amb la diversitat, la igualtat i els drets humans. Els resultats dels qüestionaris evidencien

que una part significativa de les persones participants manifesta una reflexió més elevada **abans de compartir** o interactuar amb continguts a les xarxes socials, així com una **millor capacitat per qüestionar comentaris discriminatoris**, fet que apunta a una evolució en les narratives individuals (nivells d'aprenentatge i conducta del model de Kirkpatrick).

Aquesta transformació narrativa es fa visible en el pas de discursos que normalitzen estereotips de gènere, racials o LGTBI-fòbics cap a posicionaments més crítics, tal com s'observa en les respostes qualitatives del taller participatiu, on l'alumnat va començar a formular respostes alternatives basades en el respecte i la no-discriminació. No obstant això, aquests canvis no són homogenis ni plenament consolidats, i depenen en gran manera de la integració de la campanya dins de processos educatius més amplis.

En coherència amb els objectius del R2, la campanya "Còmplices Joven" ha contribuït a **obrir i reforçar narratives comunicatives alternatives al discurs d'odi**, alineades amb l'EGIBDH, tot identificant-se com una eina eficaç de sensibilització i canvi discursiu inicial, amb potencial de més impacte transformador si es desplega de manera sostinguda i participativa.



## 3.4 Sostenibilitat

**En aquest apartat s'analitza en quina mesura el programa genera aprenentatges capaços de mantenir-se en el temps, ser aplicats en altres contextos i replicar-se o inspirar noves iniciatives, així com la potencial projecció del projecte més enllà del seu marc referencial d'actuació actual, tant pel que fa als contextos com als públics.**

### Continuïtat i replicabilitat

#### Les metodologies aplicades són reproduïbles a altres entorns educatius o territoris?

Les metodologies aplicades en el marc del Resultat 2 presenten un alt potencial de reproductibilitat i continuïtat, tant en altres entorns educatius com en diferents territoris, sempre que es despleguin amb els ajustos pedagògics adequats. Segons les respostes aportades per l'equip tècnic de l'entitat, el xatbot "Còmplices Joven" es consolida com una eina i una metodologia pròpia de l'ACPP en el marc de l'Educació per a la Ciutadania Global (EpCG). Gràcies a l'estructura descentralitzada de l'organització, el recurs continuarà sent utilitzat per altres delegacions amb associacions, centres educatius, museus i diversos espais educatius, fet que afavoreix la seva projecció i sostenibilitat en el temps.

Aquesta capacitat de rèplica es veu reforçada pel fet que la metodologia ha estat compartida en congressos i universitats, generant aliances i processos d'adaptació en altres contextos educatius. Així mateix, el disseny del xatbot com a eina modular i adaptable permet la seva utilització per part de sòcies del Sud, línia que ja s'està treballant en països com el Marroc i Tunísia, i que obre la porta a futures adaptacions en altres contextos, com la República Dominicana. En aquest sentit, l'interès manifestat per Nacions Unides de Veneçuela a desenvolupar una iniciativa similar prenent aquesta experiència com a referent constitueix un indicador extern rellevant del potencial de transferibilitat del projecte.

Les aportacions del professorat permeten matisar i enriquir aquesta anàlisi. Les respostes recollides indiquen que el xatbot és percebut com un **recurs reutilitzable i reproduïble**, especialment com a eina de sensibilització inicial, però assenyalen de manera clara que el seu impacte i sostenibilitat augmenten significativament quan s'integra dins de processos educatius més amplis i estructurats. Diversos docents destaquen que la reproductibilitat no depèn únicament de l'eina digital, sinó de la seva

articulació amb espais de reflexió, debat i contextualització a l'aula, així com de l'adaptació dels continguts a les realitats específiques de l'alumnat. Aquesta mirada crítica del professorat no limita la reproductibilitat del projecte, sinó que n'identifica les condicions necessàries per garantir una aplicació significativa i transformadora en altres entorns educatius.

**En conjunt, l'avaluació constata que la metodologia és reproduïble i transferible**, tant territorialment com temàticament, sempre que es mantingui l'enfocament de drets humans i de gènere, i que es reforci l'acompanyament pedagògic. Aquesta combinació entre escalabilitat tècnica i reflexió educativa situa el projecte com una experiència amb un alt potencial de sostenibilitat i inspiració per a noves iniciatives en l'àmbit de la comunicació i la lluita contra el discurs d'odi.

#### El projecte ha generat aliances (treball en xarxa) per garantir continuïtat/ sostenibilitat?

Segons la informació facilitada per l'equip tècnic de l'entitat, el projecte no va generar aliances específiques orientades a garantir la continuïtat immediata de l'ús del xatbot un cop finalitzada la campanya. Tanmateix, sí que es van establir i reforçar col·laboracions amb l'àmbit universitari, on l'eina pot continuar sent utilitzada com a recurs educatiu i d'anàlisi en el marc de processos formatius i de recerca vinculats a l'EpCG.

Considerant que el xatbot es una metodologia i eina pròpia dins del treball regular de l'Assemblea en EpCG, i gràcies a l'estructura descentralitzada de l'entitat, es preveu que altres delegacions puguin continuar utilitzant-lo en col·laboració amb associacions, centres educatius, museus i altres espais educatius, afavorint la seva continuïtat operativa més enllà del projecte concret. D'acord amb les aportacions de l'equip tècnic, la presentació de l'eina en congressos i universitats ha contribuït a generar contactes i aliances potencials, així com a obrir processos de rèplica en altres contextos, fet

que apunta a un potencial de sostenibilitat i treball en xarxa, tot i que encara en una fase incipient i no plenament formalitzada.

### **El xatbot pot ser utilitzat o adaptat per les nostres sòcies del Sud?**

Segons la informació facilitada per l'equip tècnic de l'entitat, el xatbot "Còmplices Jove" es concep com una eina adaptable i amb potencial d'ús per part de les sòcies del Sud, tant pel que fa als continguts com a la metodologia. La temàtica abordada (la identificació i el fet de qüestionar el discurs d'odi des d'un enfocament de drets humans i de gènere) és rellevant i ja forma part de línies de treball existents en països com el Marroc i Tunísia, fet que en reforça la pertinència contextual. Tot i que, en el moment de l'avaluació, no es disposa d'evidències d'una adaptació implementada, l'estructura modular del xatbot i la seva orientació educativa apunten a un potencial de transferibilitat cap a aquests contextos, sempre que es realitzin els ajustos lingüístics, culturals i pedagògics necessaris i es garanteixi un treball conjunt amb les organitzacions sòcies locals.

### **Existeix compromís o recursos per part de les institucions o entitats per a la continuïtat?**

Segons la informació facilitada per l'equip tècnic de l'entitat, existeixen contactes i aliances incipients, especialment a la ciutat de Barcelona, amb institucions i agents educatius que han mostrat interès en la continuïtat i possible reutilització de la campanya i del xatbot com a recurs de sensibilització. Aquest interès institucional apunta a un reconeixement de la rellevància de l'eina i del seu potencial d'impacte en l'àmbit educatiu i comunicatiu.

L'equip tècnic assenyala que la sostenibilitat efectiva del xatbot i de la metodologia associada està condicionada a l'obtenció de finançament específic i a l'establiment de compromisos institucionals més estables. En aquest sentit, tot i que el projecte compta amb una base favorable d'interès i reconeixement, la seva continuïtat a mitjà i llarg termini depèn de la capacitat de consolidar possibles contactes en acords formals i de garantir recursos que permetin l'actualització, adaptació i desplegament sostingut de l'eina.

## **Difusió i projecció externa**

### **S'han utilitzat materials per compartir el procés amb altres col·lectius o territoris?**

En base a les respostes aportades per l'equip tècnic de l'entitat, es va elaborar un informe publicat al web i es van presentar ambdues campanyes (l'estatal i la catalana) en congressos. La informació es va compartir a través de l'informe, de la campanya a xarxes socials i del butlletí enviat a les sòcies i entitats col·laboradores, que van rebre informació en dues ocasions.

Tot el material de caràcter orgànic es va enviar també a l'Observatori del Ministeri (OBERAXE). En l'àmbit intern, es va dissenyar cartellera perquè totes les delegacions poguessin treballar amb el material, incloent-hi suports no exclusivament digitals. Precisament es van elaborar diversos cartells que es van compartir per xarxes, però també es van imprimir en algunes localitzacions per fomentar la participació de la ciutadania (amb un QR d'accés directe al xatbot). També es va elaborar una petita guia d'ús del material. Cada delegació podia fer difusió als mitjans i en espais de coordinació.

Per altra banda, com es cita anteriorment, la ferramenta va estar presentada en Congressos a Catalunya, i també va estar citada dins d'un informe d'Ajuda en Acció, com a bona pràctica d'interès.

### **S'ha dissenyat una estratègia de comunicació/difusió per impactar més enllà dels participants?**

D'acord amb les respostes aportades per l'equip tècnic de l'entitat, es planteja per a l'any vinent una adaptació amb un enfocament més centrat en el gènere, ja que s'ha identificat aquesta necessitat. Es preveu un segon test que aprofundeixi en la intersecció entre gènere i migració, incorporant també aspectes de classe social, aspiració social i meritocràcia.

Es proposa replicar la idea del xatbot amb altres continguts i en altres països, com la República Dominicana. No obstant això, s'indica que no es continuarà desenvolupant nous xatbots, ja que existeix una línia de base molt definida (que s'ha obtingut precisament gràcies a l'aplicació del xatbot en diversos contextos (català i nacional). En el seu lloc, es generaran materials de treball amb contra-narra-

tives utilitzant el personatge de la Valentina, passant de preguntar al jovent a dissenyar noves narratives.

### Què es fa o es farà amb els informes actuals o futurs per fer incidència?

D'acord amb les respostes aportades per l'equip tècnic de l'entitat, l'objectiu principal d'incidència és l'elaboració d'un informe adreçat a persones que treballen amb joventut, educació i a persones prescriptores i responsables de presa de decisions. L'informe s'envia a institucions, inclòs el Ministeri, perquè el revisin i en tinguin coneixement, tot i que es

reconeix la dificultat de generar reunions o despertar interès posterior que pugui suposar una incidència real.

A més, Nacions Unides de Veneçuela va contactar amb l'entitat amb interès a desenvolupar una iniciativa similar, prenent la campanya com a referent en l'abordatge del discurs d'odi.



# Conclusions

AVALUACIÓ EXTERNA EN EL MARC DEL PROGRAMA

“NONONO: EL DISCURS DE L'ODI NO ENS REPRESENTA!”



## 1. Coherència

El Resultat 2 presenta un alt grau de coherència interna entre objectius, activitats, indicadors i enfocaments transversals. La campanya digital “Còmplices Joven” s’alinea de manera clara amb l’objectiu de contribuir a la lluita contra el discurs d’odi en l’àmbit de la comunicació, integrant de forma consistent l’EGIBDH. Les adaptacions introduïdes durant la implementació han estat de caràcter operatiu i contextual, sense alterar la lògica del marc de planificació, i han contribuït a millorar la pertinència i eficàcia de la intervenció.

## 2. Eficàcia (implementació i abast d’objectius)

La campanya s’ha implementat de manera eficaç i ha assolit els objectius previstos pel que fa a l’arribada al públic jove, la participació i l’impacte comunicatiu. L’estratègia de segmentació, l’ús de canals digitals adequats i el disseny del xatbot han permès una elevada taxa de participació i finalització del recorregut. Els indicadors del R2 confirmen un abast digital ampli i una incidència significativa en el sector jove, validant l’adequació de la planificació i de les decisions metodològiques adoptades. Aquest impacte s’ha vist reforçat per una qualitat comunicativa elevada, basada en l’ús d’un llenguatge clar i accessible, una narrativa coherent i adaptada al públic jove, i uns continguts contextualitzats en situacions properes a la seua realitat quotidiana, fet que ha facilitat la comprensió dels missatges i la connexió efectiva amb les persones participants.

## 3. Impacte

L’avaluació evidencia un impacte rellevant en termes de sensibilització, aprenentatge crític i canvi narratiu inicial, especialment entre el jovent participant. Les dades dels qüestionaris i dels tallers mostren una millora en la capacitat d’identificar discursos d’odi, una comprensió més elevada de les discriminacions interseccionals i una tendència a revisar pràctiques comunicatives quotidianes. Tot i que els canvis no són homogenis ni plenament consolidats, el projecte ha contribuït a desnaturalitzar missatges discriminatoris i a promoure narratives més alineades amb la diversitat i els drets humans, situant el seu impacte principal en els nivells d’aprenentatge i conducta del model de Kirkpatrick.

## 4. Participació i enfocament transformador

La participació de les persones titulars de drets s’ha concentrat principalment en la interacció amb els continguts i en espais educatius de reflexió, sense una implicació directa en la co-creació dels missatges. Aquest enfocament ha estat coherent amb el disseny de la campanya, però limita el seu potencial transformador. L’avaluació identifica la participació juvenil en el disseny de continguts com una línia de millora clau per incrementar l’apropiació, la rellevància i l’impacte de futures edicions.

## 5. Enfocament de gènere i drets humans

El Resultat 2 ha integrat de manera efectiva l’EGIBDH, visibilitzant les discriminacions interseccionals i promovent una lectura estructural del discurs d’odi. El projecte ha reforçat el reconeixement

del jovent com a titular de drets i ha dotat el professorat i les entitats impulsores d'eines per abordar aquestes vulneracions en l'àmbit comunicatiu. No obstant això, l'impacte és més profund quan la campanya s'insereix en processos educatius sostinguts i contextualitzats.

## 6. Sostenibilitat i transferibilitat

L'avaluació mostra que el projecte "Còmplices Jovent" presenta potencialitat per a la seua sostenibilitat, reproductibilitat i transferibilitat, gràcies a una metodologia consolidada, adaptable i alineada amb l'enfocament de drets humans i de gènere. El xatbot s'ha integrat com una eina pròpia de l'Assemblea en el marc de l'Educació per a la Ciutadania Global, amb capacitat de continuïtat en diferents territoris, contextos educatius i, potencialment, amb les sòcies del Sud, sempre que es pugui garantir l'acompanyament pedagògic necessari. Tot i que els compromisos institucionals i de finançament encara són incipients, l'interès mostrat per institucions i actors internacionals, juntament amb la difusió en congressos i espais especialitzats, reforça la projecció del projecte i el seu potencial per inspirar noves iniciatives de lluita contra el discurs d'odi.

El projecte es consolida com una bona pràctica de sensibilització digital contra el discurs d'odi, amb potencial de continuïtat i aprofundiment si es reforcen la participació activa de la joventut, els processos educatius a mitjà termini i els mecanismes de sostenibilitat institucional.



# Lliçons apreses

AVALUACIÓ EXTERNA EN EL MARC DEL PROGRAMA

“NONONO: EL DISCURS DE L'ODI NO ENS REPRESENTA!”



L'experiència de la campanya “Còmplices Joven” mostra que l'ús de formats digitals propers al llenguatge i a les dinàmiques de consum de la joventut, com el xatbot, facilita l'accés, la participació i la implicació del públic destinatari. Aquest tipus d'eines permeten arribar a segments de població jove que difícilment participen en accions de sensibilització més convencionals, reforçant l'eficàcia de les estratègies comunicatives.

La participació de perfils experts en màrqueting i anàlisi d'algoritmes ha estat clau per optimitzar l'abast, la segmentació i el rendiment de la campanya, així com per introduir ajustos continus durant la seva implementació. Aquesta experiència evidencia que la combinació de continguts educatius amb estratègies professionals de difusió digital incrementa de manera significativa la viabilitat i l'impacte de les campanyes de sensibilització.

El disseny de continguts breus, directes i vinculats a situacions quotidianes dels i les joves ha facilitat la comprensió dels missatges i ha contribuït a una elevada taxa de finalització del xatbot. Aquesta lliçó reforça la importància d'evitar discursos excessivament teòrics o moralitzants i d'apostar per exemples propers que connecten amb les experiències reals de les persones participants.



L'enfocament del xatbot com un “repte” o “auto test” (basat en la curiositat per saber si s'és capaç d'identificar el discurs d'odi) ha resultat una estratègia eficaç per captar l'interès de la joventut i mantenir la seva participació al llarg del recorregut. Aquest element de gamificació s'identifica com una bona pràctica transferible a futures intervencions de sensibilització digital.

El xatbot s'ha mostrat com una eina versàtil, susceptible de ser adaptada a diferents temàtiques, franges d'edat i contextos territorials. Aquesta capacitat d'adaptació facilita la seva reproductibilitat en altres entorns educatius i comunicatius, així com la seva possible transferència a altres projectes i territoris, sempre que s'acompanyi d'una contextualització pedagògica adequada.

# Recomanacions

AVALUACIÓ EXTERNA EN EL MARC DEL PROGRAMA

“NONONO: EL DISCURS DE L'ODI NO ENS REPRESENTA!”



**R1. Impulsar la participació activa de la joventut en el disseny de la campanya i dels missatges comunicatius.** Es recomana incorporar mecanismes de co-creació amb joves des de les fases inicials de disseny de la campanya, amb l'objectiu d'ajustar millor el llenguatge, els formats, les situacions plantejades i els interessos al públic objectiu. Aquesta participació pot reforçar la pertinència cultural, l'apropiació dels continguts i el potencial transformador de la intervenció. L'experiència del projecte mostra que aquesta línia ja es preveu per a edicions posteriors, fet que constitueix una bona pràctica a consolidar.

**R.2 Reduir el marge temporal entre la implementació de la campanya i els processos d'avaluació.** Es recomana realitzar la mesura dels resultats i impactes de la campanya de manera immediata o en un termini breu un cop finalitzada la seva implementació. Això permetria millorar la qualitat de la informació recollida, reduir la manca o reducció informativa derivada del record retrospectiu i obtenir dades més precises sobre l'abast, la percepció i els aprenentatges generats, especialment en el cas del professorat i de l'alumnat.

**R.3 Utilitzar el xatbot com a línia de base per al disseny de futures intervencions educatives més profundes.** Es recomana consolidar l'ús del xatbot no només com a eina de sensibilització, sinó com un instrument de diagnòstic inicial que permeti identificar nivells de consciència, zones de confusió i narratives predominants entre la joventut. Tal com ja s'està aplicant en edicions posteriors, els resultats actualitzats del xatbot poden servir com a línia de base per dissenyar actuacions educatives més directes, participatives i transformadores, orientades al canvi d'actituds i pràctiques.

**R.4 Integrar sistemàticament el xatbot dins de processos educatius més amplis i sostinguts.** Es recomana reforçar l'articulació del xatbot amb tallers presencials, espais de debat i materials pedagògics complementaris, especialment en l'àmbit educatiu formal. Les evidències recollides indiquen que l'impacte de l'eina és més profund i sostenible quan s'insereix en processos educatius estructurats que permeten aprofundir en les situacions ambigües, la interseccionalitat i l'expressió d'experiències pròpies. Per tant, integrar el xatbot en un programa o cadena d'accions incrementa exponencialment el seu impacte.

**R.5 Formalitzar aliances i garantir recursos per assegurar la sostenibilitat a mitjà i llarg termini.** Es recomana avançar cap a la formalització de les aliances existents amb diverses institucions com les educatives, universitats i administracions públiques, amb l'objectiu de garantir recursos econòmics i institucionals que permetin la continuïtat, actualització i adaptació del xatbot. Aquesta mesura és clau per transformar l'interès detectat en compromisos estables que assegurin la sostenibilitat del projecte.

**R.6 Reforçar l'adaptabilitat territorial i cultural de l'eina en col·laboració amb les sòcies del Sud.** Es recomana desenvolupar processos d'adaptació del xatbot conjuntament amb les organitzacions sòcies del Sud, assegurant ajustos lingüístics, culturals i pedagògics que garanteixin la pertinència contextual. Aquest enfocament col·laboratiu pot reforçar tant la transferibilitat com l'impacte de futures rèpliques en altres territoris. A més enfortiria la mirada del projecte cap al sud global, visualitzant també les realitats del sud i com es relacionen amb els reptes que també s'enfronten en el nostre context.

# Annexos

AVALUACIÓ EXTERNA EN EL MARC DEL PROGRAMA

“NONONO: EL DISCURS DE L'ODI NO ENS REPRESENTA!”



**Annex 1.** Proposta metodològica presentada por l'entitat consultora - Educar con Valor.

**Annex 2.** Perfil professional de l'equip avaluador.

**Annex 3.** Matriu d'avaluació.

**Annex 4.** Llistat de fonts documental d'anàlisi.

**Annex 5.** Ferramentes per a la recollida d'informació.

5.a. Guió d'entrevistes semi estructurades (equip tècnic, equip consultor extern)

5.b. Enquestes a professorat i alumnat.

5.c. Respostes a enquestes a professorat i alumnat (document a part)

5.d. Guió del taller participatiu per a alumnat i annexos.

# Índex de gràfics

AVALUACIÓ EXTERNA EN EL MARC DEL PROGRAMA

“NONONO: EL DISCURS DE L'ODI NO ENS REPRESENTA!”



Taula 1. Mostra de l'estudi segons instruments utilitzats i tipologia del titular	8
Taula 2. Anàlisi de la narrativa i continguts de la campanya “Còmplices Joven”.	12
Gràfic 2. Valoració de l'alumnat amb la claredat i comprensibilitat dels missatges del xatbot.	17
Gràfic 3. Canvi percebut de l'alumnat	19
Gràfic 4. Nivell de comprensió de l'alumnat de missatges que poden discriminar altres persones	19
Gràfic 5. Resposta de l'alumnat quan veu un comentari d'odi a xarxes socials	20