

Guia per als plans locals contra la desinformació a la província de Barcelona



**Diputació
Barcelona**

Índex

1. Introducció	2
2. Diagnosi	3
3. Pla d'accions	6
3.1. Prevenció: anticipar-se a la desinformació	6
3.2. Detecció: identificar la desinformació a temps	8
3.3. Resposta: actuar amb rapidesa i claredat	9
3.4. Seguiment: mesurar, ajustar i aprendre	10
4. Indicadors de seguiment	11
4.1. Prevenció	11
4.2. Detecció	12
4.3. Resposta	13
4.4. Seguiment	13
5. Conclusions	15
6. Annexos	17

1. Introducció

Aquesta guia vol ser un marc pràctic i inicial per fer front als reptes que la desinformació implica en el món local. La desinformació, entesa com a informació falsa que es distribueix amb la intenció d'enganyar i obtenir algun benefici (sigui polític, econòmic, personal...), ha existit des que hi ha un emissor i un receptor, però és ara quan s'ha convertit en una de les grans preocupacions dels països democràtics. L'arribada de l'extrema dreta als governs occidentals, i la velocitat i l'abast que faciliten les xarxes socials per propagar les notícies falses l'han convertit en una veritable amenaça. La desinformació minva la qualitat del debat públic, l'eficàcia de la comunicació institucional i, en definitiva, la salut democràtica de les nostres societats.

Davant d'aquest nou escenari, la comunicació local i municipal té plantejat un repte cabdal: **ser l'antídot més eficaç contra la desinformació**. Per què? Perquè coneix de primera mà la realitat que explica, perquè té accés directe a les fonts i les pot verificar amb precisió —o bé directament, n'és la font—, i perquè té un compromís amb la comunitat en què s'integra. Per tot plegat, els ajuntaments i els mitjans locals generen fiabilitat i confiança en la ciutadania i han de ser, en aquests temps convulsos, garants de la qualitat democràtica en el món local.

Precisament per això la guia que presentem es planteja **enfortir la capacitat dels municipis per prevenir, detectar i respondre a la desinformació de manera coordinada i planificada**. I la creació del document és una mostra d'aquesta necessitat de coordinació en el món local per ser més eficients i forts; ha estat elaborat conjuntament per Oriol Burgada, gerent de Mataró Audiovisual i director de Mataró Ràdio i tvmataró; Eva Garcia, responsable de Ràdio Sant Vicenç, a Sant Vicenç dels Horts; Guillem Moral, cap de Serveis de l'Ajuntament de les Masies de Voltregà; Carlos Rodríguez, director de Comunicació de l'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet; Helena Royes, sòcia directora de Plataforma de Comunicació, i també hi ha participat personal tècnic de la Diputació de Barcelona.

Així doncs, teniu a les mans un treball que vol ser un **punt de partida per als tècnics de comunicació municipal a la província de Barcelona** a l'hora de combatre la desinformació. A partir d'aquí, us animem a fer-vos-el vostre tot adaptant-lo a la realitat local.

La comunicació local i municipal té el repte d'erigir-se en l'antídot més eficaç contra la desinformació per la seva capacitat de generar confiança en la ciutadania.





2. Diagnosi

Els municipis de la província de Barcelona afronten un escenari complex pel que fa a la desinformació, propagada amb rapidesa per les xarxes socials i la transmissió informal entre els veïns. Temes com la seguretat ciutadana, la convivència i la immigració, la igualtat i els feminismes, els impostos... acostumen a ser les qüestions recurrents que centren aquesta desinformació als municipis, impulsada especialment per partits d'extrema dreta. Si bé als municipis petits la desinformació sovint queda desactivada aviat gràcies a la proximitat i al contacte directe de la ciutadania amb l'Ajuntament, als municipis grans aquesta desinformació forma part d'una estratègia més organitzada, amb discursos polítics planificats i l'ús de tot tipus de recursos comunicatius.

Com funciona, doncs, el «cercle perfecte» de la desinformació? Amb la creació de formats de gran viralitat, com poden ser vídeos amb informació falsa o descontextualitzada, sovint creats gràcies a les potencialitats de la IA, que circulen a molta velocitat per les xarxes socials, tot sovint als grups de Facebook vinculats al municipi o grups de Whatsapp, i que es reforcen també amb el boca-orella i els pseudomitjans digitals.

Però per entendre l'escenari actual cal trobar els motius més enrere, en bona part en la **pèrdua del monopoli dels mitjans de comunicació a l'hora de distribuir la informació**. Un problema generalitzat, i no només en l'àmbit local. Aquesta pèrdua del monopoli ha generat confusió entre allò que és el periodisme i el pseudoperiodisme, i hem acabat posant al mateix nivell una notícia, amb els seus estàndards de qualitat, i la versió d'una part. Una confusió que propicia el terreny adobat perquè hi creixi la desinformació. En aquest panorama hi hem d'afegir, a més, la **desconfiança que encara ara genera en les mateixes administracions la tasca que fan els departaments de comunicació municipals i els mitjans locals**, fet que porta a donar poca autonomia i capacitat d'influència als gabinets de comunicació, així com reticències o lentitud a l'hora de facilitar la informació que demanen els periodistes, tant si són del gabinet com d'un mitjà.

Igualment, altres debilitats que dificulten una resposta àgil a la desinformació en la província són la **manca de protocols clars** per actuar amb celeritat i claredat davant de desinformacions concretes, la **manca de recursos** dels mitjans locals i la pèrdua

de capacitat per generar informació pròpia, la **sobrecàrrega de tasques** del personal de comunicació dels ajuntaments que sovint ha d'afrontar crisis comunicatives amb pocs recursos específics o poc suport jurídic...

Totes aquestes debilitats dificulten una resposta contundent a la desinformació, una resposta que sempre és necessària. Dit d'una altra manera, la **resposta a la desinformació sempre és la informació**, fet que **no significa que sempre s'hagi de respondre a les desinformacions**, però sí que en tots els casos és necessari tenir la informació que permeti verificar els fets, poder anticipar-se als problemes i també poder decidir si cal o no contestar una notícia falsa. Amb aquesta informació a les seves mans, el tècnic de comunicació municipal podrà prendre la iniciativa per explicar els fets abans no sorgeixin versions parcials i, en cas que aquestes ja existeixin, planificar la resposta de l'Ajuntament i facilitar la informació als mitjans locals que ho demanin. L'estratègia a la desinformació, doncs, no pot passar pel silenci de les institucions, cal proporcionar la informació als tècnics de comunicació, als mitjans locals... que podran convertir-se així en allò que se'ls demana que siguin davant de la desinformació: un **refugi d'informació rigorosa i honesta**.

La pèrdua del monopoli dels mitjans de comunicació a l'hora de distribuir la informació, la desconfiança que encara generen en les administracions els departaments de comunicació municipals i els mitjans locals o la manca de protocols clars davant de crisis informatives són algunes de les debilitats que dificulten una resposta ferma a la desinformació.

Per convertir-se en aquest refugi davant el soroll, aquestes «fonts d'aigua potable», com anomena Iñaki Gabilondo el rol dels mitjans davant la desinformació, els tècnics de comunicació han de poder treballar sobre premisses que ja han donat bons resultats en diversos municipis de la província:

- ➔ **Conscienciació sobre el paper estratègic de la comunicació pública:** amb reconeixement explícit del professional de la comunicació com a actor central i aliat dins la institució. Si l'administració confia en la tasca dels periodistes del gabinet i també dels mitjans locals, ens estalviarem problemes de comunicació posteriors.

- **Proximitat:** com més propera és l'administració a la ciutadania, més confiança es genera. En municipis petits, aquesta situació es dona de manera natural, la ciutadania té l'alcalde o l'alcaldeessa a l'abast; en municipis grans cal crear-la, per exemple, apropant els electes a la ciutadania a través de sessions informatives de l'alcalde o l'alcaldeessa als diferents barris. Si bé és un recurs present a molts municipis, ajuntaments com el de Santa Coloma de Gramenet han anat més enllà i han ideat una construcció tipus quiosc que es trasllada als barris perquè l'alcaldeessa i els regidors de districte atenguin la ciutadania, que pot reservar la seva trobada amb els electes mitjançant cita prèvia.
- **Resposta ràpida, clara i planificada:** prioritzant formats breus i directes per contrarestar rumors. Segons un estudi del Massachusetts Institute of Technology, les notícies falses es propaguen sis vegades més ràpidament que les informacions certes a les xarxes socials, i tenen un 70 % més de probabilitats de ser compartides; per tant, la manera de contrarestar-les és actuant amb celeritat. Respondre l'endemà no serveix de res.
- **Anticipació i preparació:** la informació sobre temes sensibles (taxes, delictes...) es prepara abans que esclati una crisi amb infografies i formats que permetin una comprensió fàcil en canals com les xarxes socials.
- **Col·laboració estable amb els mitjans locals i confiança amb els periodistes:** els departaments de comunicació i els mitjans locals són aliats per lluitar contra la desinformació, per tant, cal generar fluxos d'informació àgils i constants entre ells i, per descomptat, fer-ho mantenint la independència comunicativa.
- **Creació de materials interns:** com ara manuals de gestió de xarxes socials per aclarir què és acceptable i què no ho és de la relació entre els ajuntaments i la ciutadania, així com l'empara legal per actuar. Els reglaments i manuals previs ens permeten saber com actuar quan tenim una crisi al davant, i ens doten d'arguments per a la nostra actuació.



3. Pla d'accions

Per fer front a la desinformació des dels municipis de la província, proposem una estratègia que ofereix diverses accions distribuïdes en quatre fases complementàries: **prevenció, detecció, resposta i seguiment**. Cada municipi ha d'adaptar aquesta proposta d'accions segons la seva grandària, els seus recursos i el seu context sociopolític.

3.1. Prevenció: anticipar-se a la desinformació

L'objectiu d'aquesta fase és donar eines a la ciutadania i al conjunt de professionals dels ajuntaments per reforçar la confiança en els mitjans locals i les fonts oficials i, en definitiva, per **reduir la vulnerabilitat de la població** davant de la desinformació.

Accions proposades:

- **Compromís polític explícit** per garantir la independència dels mitjans locals públics i reforçar-ne el paper com a principals garants de la informació veraç i de qualitat. Establir un **codi ètic local de comunicació institucional**, amb el compromís de tots els grups municipals de no fer ús de la desinformació. Incloure en el **contracte programa** dels mitjans locals públics l'obligació que tenen de lluitar contra la desinformació i, en conseqüència, de l'administració local de ser transparents davant l'activitat periodística per tal que els mitjans puguin acomplir el seu objectiu.
- **Reforç i reconeixement del paper dels equips de comunicació municipals** per garantir que tinguin capacitat estratègica. Foment d'una relació estable i fluïda amb els mitjans locals.
- Considerant que la desinformació és un tema transversal al municipi, cal incorporar-lo com a assumpte a abordar des de les diverses àrees municipals (salut, joventut, cultura, esports...) i oferir **formació bàsica i periòdica al personal de tots els serveis del municipi** que permeti detectar i entendre els mecanismes de la desinformació, i també treballar-la directament amb la ciutadania des de cada àrea.
- **Alfabetització mediàtica i informacional per a la ciutadania**, especialment per als col·lectius més exposats a la desinformació, com els joves i la gent gran. A països com

Finlàndia o Estònia, es fomenta l'**alfabetització mediàtica escolar** amb currículums homologats que impulsen l'ensenyament del pensament crític i la verificació des de primària fins a secundària. Pel que fa a la formació no reglada, es pot crear un itinerari formatiu local en alfabetització mediàtica i informacional que permeti progressar en l'aprenentatge, a diferents edats i diferents nivells de coneixement, i amb la implicació de diversos agents del municipi. Oferir un itinerari permet fidelitzar el públic i donar més coherència a la proposta formativa.

- **Aliances amb centres educatius, biblioteques, casals i entitats locals** per incorporar la desinformació en els seus programes d'activitats. A les escoles, per exemple, fomentar l'existència de les revistes escolars, molt sovint el primer contacte dels infants per aprendre a gestionar la informació, desmentir rumors... En el cas de les biblioteques, a la Xarxa de Biblioteques Municipals de la província de Barcelona ja s'ofereix un programa per fomentar l'esperit crític i lluitar contra la desinformació, Entre línies, llegint la desinformació, extensible a diversos municipis de la província que vulguin adherir-s'hi.
- **Foment d'espais de participació ciutadana estables a mitjans de comunicació locals** per a infants, joves o col·lectius diversos (per exemple, els informatius escolars Aula dial de Ràdio Sant Vicenç).
- **Creació de continguts divulgatius sobre la desinformació per compartir**, com ara píndoles audiovisuals, tallers, jocs, exposicions... i unificació d'aquests continguts en un *hub* supramunicipal de recursos contra la desinformació, adreçat a la ciutadania, els ajuntaments i els mitjans.
- **Campanyes de sensibilització continuades** als barris, en espais públics i a les xarxes socials. Podem recórrer a influenciadors locals o, si més no, a persones que tinguin una certa rellevància al municipi en l'àmbit de les xarxes socials perquè amplifiquin aquesta tasca de sensibilització. Si pensem a difondre missatges entre el públic jove, cal tenir en compte projectes com el d'Influjoves, nascut a Esplugues de Llobregat, per «connectar» amb els joves i donar-los a conèixer informacions d'interès del municipi i l'Ajuntament. Cal no oblidar els «influenciadors analògics» del municipi: tenen un pes cabdal en l'entorn i són capaços de desfer desinformacions cara a cara de manera eficient (líders veïnals, presidents d'entitats...). Formar-los és essencial.

- **Contacte periòdic amb els administradors de grups i canals** que fan referència al municipi, bàsicament a Facebook, Instagram i Whatsapp. Establir estratègies de col·laboració quan sigui possible i advertir del propòsit de lluitar contra la desinformació i les possibles conseqüències.
- **Creació d'un segell de qualitat** a les informacions que elaboren els mitjans professionals amb rigor i veracitat, per oposició a la saturació de dades i informacions poc fiables que creen desinformació en diversos canals digitals. En aquest sentit s'enfoca, per exemple, la campanya Información para decidir de Conectia.

3.2. Detecció: identificar la desinformació a temps

Cal crear estructures i metodologies que permetin detectar des de bon principi continguts falsos i missatges manipulats.

Accions proposades:

- **Constitució d'un comitè local contra la desinformació** integrat pel responsable de comunicació municipal, personal tècnic, portaveu o representant institucional, assessor jurídic... que faran tasques de monitoratge, detecció, verificació, coordinació i resposta a les desinformacions. Es pot valorar un suport supramunicipal d'assessorament i formació específics en desinformació per als serveis jurídics d'ajuntaments petits o que no tinguin experiència en aquest camp.
- **Creació d'un sistema local d'alertes col·laboratives** amb el personal tècnic, mitjans locals, ciutadania i entitats.
- **Implementació de protocols locals de verificació** amb circuits clars per a la recollida, el contrast i el desmentiment de continguts falsos.
- **Foment de la verificació participativa**, que busca implicar la ciutadania, les escoles, el jovent... en la lluita contra la desinformació a partir de propostes gamificades. N'és un exemple La lliga de la verificació, impulsada per la Comissió Europea Barcelona amb Verificat per primer cop el 2025 o les xarxes de *fact-checking* de caire ciutadà, molt actives en països europeus com Lituània, per exemple, basades en el voluntariat qualificat, que col·laboren amb mitjans i ONG per identificar i contrarestar desinformacions.

- **Escolta activa a xarxes socials i grups locals** per detectar perfils falsos, tendències i possibles fonts de desinformació.
- **Reunions periòdiques de l'alcalde o alcaldessa amb l'equip de comunicació** de l'Ajuntament perquè es pugui parlar «del que passa al carrer». Sovint la ciutadania fa arribar als alcaldes o alcaldesses els seus neguits i queixes per canals informals i de manera habitual i, per tant, aquests càrrecs saben molt bé on s'està generant malestar i on es pot estar iniciant una font de desinformació. Cal que l'equip de comunicació en pugui tenir coneixement en els primers estadis per actuar amb diligència.

3.3. Resposta: actuar amb rapidesa i claredat

Una resposta eficaç a la desinformació requereix coordinació, agilitat i capacitat d'adaptació. Cal fer arribar la informació veraç abans que la desinformació es consolidi.

Accions proposades:

- Establir un **protocol de crisi comunicativa per a la desinformació**, que inclogui:
 - **Identificació i formació prèvia de portaveus locals** (Polícia Local, personal tècnic, entitats de barri...). Cal formar aquests possibles portaveus abans que sorgeixi la crisi.
 - **Comunicació municipal proactiva i transparent**, amb missatges entenedors, visuals i adaptats a cada canal. Explicar parcialment un tema que ha generat una crisi no funciona comunicativament i menys avui en dia amb les xarxes socials, cal explicar les coses de manera clara i completa.
 - **Preparació de materials predefinits** per a temes sensibles (per exemple, impostos, seguretat, serveis...).
 - **Definició de quins canals** utilitzarem per fer desmentiments amb agilitat.
- **Resposta amb coneixement del marc legal** en què podem actuar, especialment a les xarxes socials.
- **Col·laboració activa i estable amb els mitjans locals públics i privats** tot reforçant la seva capacitat de verificar i informar amb responsabilitat.

- **Accions presencials complementàries**, com ara trobades amb el veïnat o assemblees, per reforçar la confiança i explicar de manera directa els temes que poden derivar en desinformació.

3.4. Seguiment: mesurar, ajustar i aprendre

Un cop activada la resposta, cal fer seguiment dels efectes que té i valorar-ne l'eficàcia per reorientar la nostra resposta i adaptar les futures actuacions.

Accions proposades:

- **Monitorització de les xarxes socials** i dels espais informatius per detectar si la desinformació ha quedat neutralitzada.
- **Avaluació de l'impacte de la resposta** mitjançant indicadors (abast, reaccions, desmentiments compartits...). Valorar si cal reforçar la informació publicada o ampliar canals i formats utilitzats.
- Publicació d'**informes periòdics municipals o comarcals** de seguiment de la desinformació i resposta institucional.
- **Registre de resolució de casos de desinformació** per compartir estratègies i fomentar l'aprenentatge col·lectiu a la província, impulsant l'organització de jornades de bones pràctiques entre ajuntaments, entitats i mitjans de tot l'àmbit territorial.

No es tracta d'una llista exhaustiva, sinó d'accions possibles per fer front a la desinformació, tant per prevenir que agafi força si apareix com per contrarestar-la un cop ja la tenim al davant. En qualsevol cas, cada municipi la pot adaptar a les seves possibilitats tenint en compte que cada fase és essencial. Els departaments de comunicació dels ajuntaments i els mitjans locals són els actors que, amb el reforçament necessari, han de ser garants de la informació de qualitat davant d'una ciutadania a qui cal dotar d'eines i recursos per reduir la seva vulnerabilitat en front de la desinformació.



4. Indicadors de seguiment

Per assegurar l'eficàcia del pla local contra la desinformació, és fonamental establir un sistema d'indicadors que permeti **mesurar l'impacte de les accions, avaluar-ne l'evolució al llarg del temps i comparar resultats entre municipis** de característiques similars. La Diputació de Barcelona, en la seva visió supramunicipal, pot facilitar aquesta recollida de dades, així com la comparació i l'anàlisi de resultats entre els municipis de la província.

A continuació, agrupem els **indicadors segons les diferents fases del pla d'accions**, tenint en compte que cal que tots els indicadors siguin mesurables perquè siguin útils i que cal que tots tinguin una temporalitat, que en el cas que ens ocupa podria ser anual. Dels diversos indicadors que establirem, cada municipi en pot seleccionar una desena d'estratègics segons la realitat local i la capacitat de recursos. Un dels indicadors més rellevants serà el **pressupost que destinem a accions contra la desinformació** i la seva evolució al llarg dels anys, així veurem fins a quin punt aquest tema és estratègic per a l'equip municipal i ens ajudarà a planificar accions a llarg termini.

4.1. Prevenció

- Existència o no d'un **codi ètic local de comunicació institucional** o d'un compromís en contra de la desinformació.
- Nombre d'**accions formatives per a personal municipal** i nombre de professionals municipals formats en desinformació.
- Nombre d'**accions formatives per a ciutadania** (tallers, xerrades, sessions a escoles i casals de gent gran...) i participació ciutadana en aquestes activitats d'alfabetització mediàtica.
- Grau de **percepció ciutadana** sobre la desinformació mesurat amb enquestes locals o a partir del Dibaròmetre. En el cas de les activitats formatives, cal fer enquestes abans i després de l'acció, per avaluar la possible millora en la percepció de la desinformació un cop feta la formació.
- Percentatge de **col·lectius vulnerables coberts** (infants, joves, gent gran) amb alfabetització mediàtica.
- Nombre de **col·laboracions amb entitats i institucions** (biblioteques, escoles, associacions...).

- Nombre de **continguts divulgatius** sobre desinformació creats o compartits.
- Nombre de **campanyes de sensibilització** impulsades o compartides.
- Existència o no d'una **relació estable amb mitjans locals** (convenis, reunions periòdiques, espais conjunts).
- Nivell de **transparència i disponibilitat de l'Ajuntament** davant les peticions informatives dels mitjans locals. Tot i la dificultat per mesurar valors com el de la transparència o la disponibilitat, es podria quantificar, per exemple, el temps de resposta a les peticions dels mitjans, nombre de peticions resoltes...

4.2. Detecció

- Existència o no d'un **comitè local contra la desinformació**.
- Existència o no d'un **protocol de detecció i verificació local**.
- Nombre d'**alertes registrades** (a través de xarxes, veïnat, entitats, serveis municipals).
- Temps mitjà de **detecció d'un rumor** des que apareix fins que arriba al comitè local o l'equip de comunicació.
- **Canals més freqüents d'entrada** de rumors (xarxes socials, mitjans, boca-orella). Cal recordar que als municipis petits i mitjans els rumors arriben més ràpid per mitjà del boca-orella que per les xarxes. Conèixer quins són els canals d'entrada més habituals de la desinformació ens permet prevenir-la, detectar-la i contrarestar-la amb informació veraç més ràpidament.
- Nombre de **rumors verificats i categoritzats** segons la temàtica.
- **Participació ciutadana** en activitats de detecció (per exemple, participants i aportacions en tallers, en iniciatives com ara la de les lligues de verificació).
- Nombre de **reunions periòdiques entre alcaldia i l'equip de comunicació** per compartir informació del carrer i detectar a temps la desinformació.

- Dins del monitoratge de xarxes socials i cercadors, **anàlisi de paraules clau** «sensibles» per al municipi per tal d'anticipar possibles brots de desinformació.

4.3. Resposta

- Existència o no d'un **protocol de crisi comunicativa** per a la desinformació.
- Nombre de **portaveus locals formats** en casos de desinformació.
- Temps mitjà de **reacció des de la detecció fins a la resposta oficial** o publicació del desmentiment.
- Nombre de **desmentiments o aclariments** publicats.
- **Canals** utilitzats per difondre la resposta (xarxes socials, web, mitjans locals, trobades presencials...).
- **Abast de la resposta** (en l'àmbit digital, impressions, visites, visualitzacions de vídeos, reaccions...).
- **Qualitat percebuda de la resposta** (amb enquestes locals de satisfacció ciutadana o bé recollint-ho al Dibaròmetre).

Cal establir un sistema d'indicadors que permeti mesurar l'impacte de les accions, avaluar-ne l'evolució al llarg del temps i comparar-ne els resultats entre municipis similars. Cada municipi pot escollir una desena d'indicadors estratègics segons la realitat local i la capacitat de recursos.

4.4. Seguiment

- Nombre de **casos monitoritzats** després de la resposta.
- Percentatge de **resolució de casos** de desinformació.
- Nombre **d'informes municipals o comarcals de seguiment** de la desinformació i resposta institucional.

- Evolució dels **nivells de confiança ciutadana** en la fiabilitat dels mitjans locals i en l'administració municipal a partir d'enquestes locals o del Dibaròmetre.
- Nombre de **millores introduïdes als protocols** arran de casos reals.
- Nombre de **jornades o accions** amb altres ajuntaments, entitats i mitjans... per compartir bones pràctiques i fomentar la lluita contra la desinformació.

Es tracta d'un llistat extens d'indicadors pensats perquè cada municipi esculli els més adients segons les accions que duu a terme. Pel que fa a l'anàlisi qualitativa dels indicadors, com pot ser la percepció ciutadana de la confiança en els mitjans, el nivell de coneixement de la ciutadania sobre la desinformació... es pot comptar amb el suport d'universitats i experts en la qüestió per fer un seguiment rigorós i compartir coneixement amb altres territoris.



5. Conclusions

Com hem exposat en aquestes pàgines, la desinformació és una amenaça real als nostres municipis i no té una solució màgica. Els avenços imparables de la intel·ligència artificial generativa, la pressió política de grups d'extrema dreta, l'augment de l'evitació de notícies en sectors de la població que esdevenen desprotegits davant la desinformació i la vulnerabilitat estructural dels mitjans locals conformen la combinació perfecta per a la desinformació. Hi ha molta feina a fer per millorar aquesta perspectiva i cal tenir en compte que la **comunicació local està més ben preparada que d'altres per afrontar el repte**. La proximitat i la confiança que genera entre els seus destinataris són dos grans actius per ser el refugi davant el soroll de la desinformació i ser la garantia de qualitat informativa al municipi.

La lluita contra la desinformació és una **lluita coordinada dins del municipi** amb uns actors indispensables que han de fer un treball basat en la confiança mútua: ajuntaments, mitjans locals, entitats i ciutadania. Ara més que mai cal garantir una **comunicació transparent i proactiva de les institucions cap als mitjans locals** per assegurar que puguin desenvolupar el seu paper de trinxera democràtica contra la desinformació. Cal, doncs, i des dels ajuntaments: mantenir una relació constant amb els mitjans, monitoritzar els canals per on poden arribar els rumors, anticipar-se a les qüestions «sensibles» que poden generar desinformació i preparar materials per explicar-se de forma clara, i finalment comptar amb protocols de resposta àgils i ben definits quan la desinformació ja ha trucat a la porta.

Uns ajuntaments proactius pel que fa a la comunicació, uns mitjans locals amb una estructura econòmica i professional reforçada, i una ciutadania empoderada que coneix com funcionen els mitjans i com pot detectar la desinformació són una **bona base per construir aquests murs de contenció** contra la desinformació.

En la línia de donar suport a aquest propòsit, aquesta guia vol ser un instrument perquè els municipis de la província de Barcelona desenvolupin el seu propi pla local contra la desinformació. És, doncs, un **punt de partida i un marc comú** per anar plegats en aquest camí, però es tracta d'un document flexible i obert

a noves aportacions d'altres municipis que vulguin compartir la seva experiència (ens les podeu adreçar a: comunicaciolocal@diba.cat). Les vostres aportacions enriquiran aquest treball i ajudaran a consolidar una comunitat de coneixement per afrontar el repte amb fortalesa.

Cal recordar que, tot i que la desinformació és un fenomen global, els seus efectes són locals i, per tant, la lluita per combatre-la també ho és. Des del món local comptem amb la proximitat, la confiança i la transparència, els **millors antídots contra la desinformació**. Treballem plegats, doncs, per uns municipis més informats, més crítics i més resilients davant el soroll.



6. Annexos

- Guia *Desinformació i fake news* de la Universitat Politècnica de Catalunya: [Inici - Desinformació i fake news - Guies at Universitat Politècnica de Catalunya](#) (amb un recull d'agència i eines de verificació).
- Guia *Eines per verificar i combatre les fake news*, a càrrec de Carlos Baraibar, cap de Verificació de 3CatInfo: [Eines per verificar i combatre les fake news - 3CatInfo](#).
- Plataforma de *fact-checkers* Verificat: [Verificat](#) (amb formació per a ciutadania i professionals).
- Portal de verificació de RTVE: [VerificaRTVE: Investigación de bulos y desinformación](#) (amb una caixa d'eines senzilla i avançada sobre verificació).
- Projecte d'educació mediàtica de La Xarxa: [Portada Educació Mediàtica](#).
- Associació d'alfabetització mediàtica i informacional Learn to Check: [Learntocheck - Fórmate contra la desinformación](#) _ (amb oferta de tallers i recursos per a diferents públics).
- Projecte Entre línies, llegint la desinformació de la Xarxa de Biblioteques Municipals de la Diputació de Barcelona: [Entre línies, llegint la desinformació - Biblioteques - Diputació de Barcelona](#).
- Informe de recerca *Evitació de notícies en població jove a Catalunya: variables predictores i línies d'actuació* (Laura Pérez Altable, Yasmina Okan, Jaroslaw Lelonkiewicz, Bertran Salvador-Mata), Càtedra Futurs de la Comunicació, Universitat Pompeu Fabra de Barcelona: [content](#).
- Informe *How is disinformation addressed in the member states of the European Union? - 27 country cases*, European Media Digital Observatory: [EDMO Report How is disinformation addressed in the member states of the European Union 27 country cases](#).
- Codi de bones pràctiques de la UE en matèria de desinformació: [Código de buenas prácticas de la Unión en materia de desinformación Comisión Europea](#).
- Projecte Contra la desinformació de la Comissió Europea a Barcelona: [Contra la desinformació - Comissió Europea](#).

Aquest document ha estat elaborat pel Grup de Treball dels Plans Locals contra la Desinformació a la Província de Barcelona, integrat per **Oriol Burgada** (gerent de Mataró Audiovisual i director de Mataró Ràdio i tvmataró), **Eva Garcia** (responsable de Ràdio Sant Vicenç, a Sant Vicenç dels Horts), **Guillem Moral** (cap de Serveis de l'Ajuntament de les Masies de Voltregà), **Carlos Rodríguez** (director de Comunicació de l'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet), **Helena Royes** (sòcia directora de Plataforma de Comunicació) i **personal tècnic de la Diputació de Barcelona**.

1a edició
Octubre de 2025

© de l'edició
Diputació de Barcelona

© dels textos
Diputació de Barcelona

© de les imatges
Shutterstock.com

Producció i edició
Diputació de Barcelona



**Diputació
Barcelona**

diba.cat