

Desinformació, iniciatives de verificació i alfabetització mediàtica a Catalunya

Nereida Carrillo Pérez

Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura
(Universitat Autònoma de Barcelona)

Marta Montagut Calvo

Departament d'Estudis de Comunicació
(Universitat Rovira i Virgili)

La irrupció de la crisi sanitària global de la Covid-19 ha accentuat les conseqüències nocives de la desinformació en l'àmbit de la salut democràtica, i sobretot en el de la salut en general. En el context català, el conflicte polític vinculat amb el Procés, la pandèmia o les xarxes de desinformació en línia relacionades amb l'extrema dreta són alguns dels temes que fan palesa la necessitat de tenir una opinió pública ben informada. En aquest capítol revisarem com el fenomen de la desinformació —històricament utilitzat per a la propaganda política— ha afectat l'opinió pública catalana i recollirem experiències concretes de verificació d'informació (Verificat, Fets o Fakes de Catalunya Ràdio, *El món a RAC 1* i *Aquí, amb Josep Cuní* de SER Catalunya) i d'alfabetització mediàtica i divulgació (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Col·legi de Periodistes de Catalunya, Junior Report i Learn to Check), adreçades a tot tipus de col·lectius durant el bienni 2019–2020.

CARRILLO PÉREZ, Nereida; MONTAGUT CALVO, Marta (2019): "Desinformació, iniciatives de verificació i alfabetització mediàtica a Catalunya", a CIVIL I SERRA, Marta; LÓPEZ, Bernat, eds.: *Informe de la comunicació a Catalunya 2019–2020* [En línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 7, pàg. 225–241. ISSN 2014-2773. ddd.uab.cat/record/245284

**Durant el 2020,
la crisi sanitària
provocada per la
Covid-19 no ha fet
més que accentuar
les conseqüències
nocives de la
desinformació,
no només en
l'àmbit de la salut
democràtica, sinó
sobretot en el de
la salut en general**

.....

1. Introducció

El fenomen de la desinformació —entesa com la distribució interessada d'informació falsa— ha estat un fenomen que s'ha alimentat, especialment, del conflicte polític, econòmic i social i la polarització que comporta. L'arribada al poder de Donald Trump el 2016 i l'estratègia comunicativa de la campanya pro-Brexit van marcar l'inici d'una progressiva consciència sobre un fenomen amb profundes conseqüències per a la salut democràtica global. Durant el 2020, la crisi sanitària provocada per la Covid-19 no ha fet més que accentuar les conseqüències nocives de la desinformació, no només en l'àmbit de la salut democràtica, sinó sobretot en el de la salut en general. En el context català, el conflicte polític que s'arrossega des de 2012, la pandèmia o les xarxes de desinformació en línia vinculades a l'extrema dreta, entre d'altres, són temes que han posat de manifest la necessitat de tenir una opinió pública ben informada. De fet, des de Catalunya ja hi ha diverses iniciatives per combatre la informació falsa. En l'àmbit del periodisme, i en la línia dels anomenats *fact-checkers* o verificadors d'informació, estan en marxa plataformes de verificació d'informació com el projecte Verificat, entre d'altres iniciatives. També s'afronta el problema a través de l'alfabetització mediàtica, que amplia la seva acció formativa tradicional i planteja plataformes en línia, tallers i accions educatives a través de diverses institucions i col·lectius, la majoria aplegats recentment a la Plataforma per a l'Educació Mediàtica de Catalunya promoguda pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) i l'Observatori Europeu contra la Desinformació de la Comissió Europea. En el present capítol revisarem com el fenomen de la desinformació ha afectat l'opinió pública catalana i recollirem totes aquelles iniciatives vinculades tant a la verificació d'informació com a l'alfabetització mediàtica adreçada a tot tipus de col·lectius durant el bienni 2019–2020.

2. Què entenem per desinformació? Definicions per a un fenomen global

El fenomen de la desinformació no és pas nou. La distribució d'informació falsa per tal d'aconseguir objectius polítics, econòmics o personals ha estat una estratègia utilitzada històricament per tota mena d'actors que interactuen en l'esfera pública. Els rumors, enganys i informacions falses tenen una llarga tradició en la propaganda política, amb una especial prominència durant la II Guerra Mundial o la Guerra de Vietnam (POSETTI, MATTHEWS, 2018), sense oblidar les dinàmiques de la premsa groga des de finals del segle XIX (IRELAND, 2018; JANKOWSKI, 2018). Les conseqüències per a l'opinió pública de la disseminació d'aquest tipus de continguts i el dany que poden fer als sistemes democràtics són ben conegudes (UNESCO, 2018). Els efectes detectats apunten a la influència de la desinformació en els resultats electorals, en la polarització política i, fins i tot, en el creixement de la violència, especialment quan la informació falsa es genera per interessos polítics (LEE, 2018: 462). La desinformació, tal com indica la Comissió Europea, “erosiona la confiança en les institucions i en els mitjans digitals i tradicionals i fa

mal a les nostres democràcies obstaculitzant l'habilitat dels ciutadans per prendre decisions informades" (EUROPEAN COMMISSION, 2018b: 1).

Les mentides han adquirit una nova dimensió amb l'arribada de les xarxes socials i la possibilitat de viralització dels continguts que aquestes comporten (JANG, KIM, 2018; IRELAND, 2018). L'ecosistema de la web 2.0 resulta d'allò més adient per a la circulació de mentides, ja que l'usuari no només és consumidor de continguts, sinó que també n'és productor i distribuïdor, el que en diem *prosumer* o consumidor proactiu. A més a més, la sofisticació de la informació falsa (les mal anomenades *fake news*) i la immediatesa d'internet i les xarxes actuen com a acceleradors del fenomen. L'increment de la informació falsa va començar a ser preocupant durant el referèndum del Brexit o les eleccions nord-americanes de 2016 (CAC, 2018; VOSOUGHI, ROY, ARAL, 2018; JANG, KIM, 2018). Des de llavors, la quantitat de partits polítics, institucions, empreses i altres actors que han invertit en campanyes de manipulació a través de les xarxes socials ha tingut un increment d'un 150% (BRADSHAW, HOWARD, 2019). Aquesta situació ha generat una preocupació que va en augment per part de les institucions públiques, els mitjans i la societat en general. El *Digital News Report* de 2018 (NEWMAN et al., 2018) ja apuntava que el 54% de les persones enquestades d'una mostra de 74.000 persones de 37 països estaven extremadament preocupades per no saber distingir què era real i què no quan buscaven informació en línia. A Espanya, aquesta xifra ascendia al 69%, segons el mateix estudi.

Òbviament, la crisi sanitària generada per la Covid-19 en aquest darrer any ha potenciat aquesta preocupació per part de la ciutadania, segons les dades de 2020 (NEWMAN et al., 2020). En aquesta mateixa línia, altres estudis, com el del Pew Research Center (VOGELS et al., 2020), indiquen que el 31% dels nord-americans creuen en teories conspiratives respecte al virus. Aquesta tendència també es dona de forma clara a Espanya, on les informacions falses sobre la malaltia s'han distribuït especialment a través de WhatsApp (MAGALLÓN, SÁNCHEZ-DUARTE, 2020) i Twitter, on el 34,9% de les falsedats detectades són sobre continguts científics i de salut i s'han propagat a través de fonts suplantades, en un 38%, o fonts anònimes, en un 36% (SALAVERRÍA et al., 2020). De fet, i segons el *III Estudio de Bulos en Salud: Covid-19* (SALUD SIN BULOS, DOCTORALIA, 2021), durant el 2020 el 65% dels professionals sanitaris han atès consultes sobre informacions falses respecte a tractaments sobre el virus. Entre les que més credibilitat han tingut en la població espanyola hi ha les teories conspiratives respecte a l'origen del virus o la informació falsa respecte als efectes adversos de l'ibuprofè (VICTÒRIA-MAS, 2020). Però, al cap i a la fi, el més preocupant és l'erosió de la credibilitat de les fonts fiables, entre elles les institucions democràtiques, i el risc que això suposa en termes de salut de l'opinió pública.

Donada la magnitud del problema, i ja abans de la complexa situació generada per la pandèmia el 2020, la Comissió Europea (EUROPEAN COMMISSION, 2018a) establia una sèrie de paràmetres per analitzar i combatre el fenomen. Es recomana no utilitzar el concepte *fake news*, considerat com un oxímoron, i s'apunta a l'ús d'un concepte més ampli, el de desinformació (*disinformation*), que es defineix com "totes les formes d'informació falses, errònies o enganyoses/confuses

A Espanya, les informacions falses sobre la Covid-19 s'han distribuït especialment a través de WhatsApp i Twitter, on el 34,9% de les falsedats detectades són sobre continguts científics

.....

**L'arribada del
fenomen de la
desinformació
a Catalunya
ha esperonat
diverses entitats
i col·lectius a
engegar projectes
educatius contra
la desinformació,
així com
iniciatives
professionals
al voltant del
*fact-checking***

.....

dissenyades, presentades i promogudes amb la intenció de generar dany públic o per treure'n profit" (EUROPEAN COMMISSION, 2018a: 10). Altres acadèmics també prefereixen aquest concepte i, fins i tot, un de més ampli: *misinformation*. Defineixen *misinformation*, doncs, com tots aquells continguts que no són veritat o són incorrectes, sigui quina sigui la intencionalitat de qui els distribueix. El que diferencia la *misinformation* de la *disinformation*, de fet, és la intenció, ja que aquesta darrera és informació falsa creada a propòsit per motius polítics, comercials o personals (SCHEUFELE, KRAUSE, 2019).

La UNESCO (2018), en un intent de posar ordre, parla d'un concepte ampli que acull de forma global tot el fenomen. El que diu és que vivim en un context de "desordre informatiu" (*information disorder*), dins del qual conviuen tres tipus d'informació: (a) la *misinformation*, entesa com a informació falsa o errònia, però que la persona que la distribueix creu que és certa i, per tant, no hi ha una intenció perversa sinó només ignorància a l'hora de distribuir-la. Després tenim la (b) *disinformation*, un tipus d'informació falsa o que indueix a error amb la qual sí que es pretén, deliberadament, mentir, s'intenta desinformar la població amb objectius maliciosos. I finalment (c) tenim la informació que la UNESCO (2018: 46) classifica com *mal-information* o "informació maliciosa", aquella que, tot i ser certa, s'utilitza per fer mal a una persona, organització o país.

A banda de l'esforç per definir els conceptes al voltant del fenomen i la publicació de manuals que ajudin a la detecció de la informació falsa, una de les activitats destacades de la Comissió Europea és la creació de l'Action Plan Against Disinformation (EUROPEAN COMMISSION, 2018b), a càrrec del Grup d'Experts d'Alt Nivell sobre Notícies Falses i Desinformació en Línia, un pla que inclou les principals línies d'acció per implementar polítiques d'alfabetització mediàtica contra la desinformació. Tot i així, la implementació d'aquest tipus de formació no ha estat, ni molt menys, homogènia entre els països membres de la Unió Europea. En el cas espanyol, malgrat els objectius marcats per l'anomenada Escola 2.0 o lleis que reconeixen la importància de l'alfabetització mediàtica com a eina d'integració i capacitació social i laboral (Llei 26/2015), la implementació d'aquestes accions ha estat dispersa i limitada (RODRÍGUEZ-VÁZQUEZ, GARCÍA-RUIZ, AGUADED, 2020). A Catalunya les iniciatives d'alfabetització mediàtica neixen de projectes promoguts per professors, periodistes o associacions com AulaMèdia, SomAtents, Drac Màgic o el Col·legi de Periodistes, que porten més de 10 anys treballant al voltant de com utilitzar i consumir els continguts escrits i audiovisuals, informatius i d'entreteniment, que ens arriben. En aquest context, l'arribada del fenomen de la desinformació ha esperonat aquestes entitats i altres col·lectius a engegar projectes educatius contra la desinformació, així com també iniciatives professionals al voltant del *fact-checking*, que s'han anat consolidant durant el bienni 2019–2020.

3. Verificació i divulgació contra la desinformació

A Catalunya, les iniciatives de verificació i divulgació per tal de conscienciar i combatre la desinformació viuen el 2019 un any de germinació

i durant el 2020 estan marcades indefectiblement per la pandèmia. El 2021 imposa ritmes diversos: mentre que per als projectes de *fact-checking* com Verificat i Fets o Fakes els primers mesos del 2021 representen un moment d'efervescència, creixement i consolidació, altres iniciatives de divulgació, com ara les seccions a *El món a RAC 1* i *Aquí, amb Josep Cuní*, passen de ser espais fixos i setmanals a convertir-se en espais regulars, però ja no periòdics, sinó esporàdics i lligats a l'actualitat i la desinformació o informació errònia que hi vagi associada. A Catalunya, el *fact-checking* presenta una diversitat de models: mentre que Verificat és una associació sense ànim de lucre externa a un mitjà, Fets o Fakes s'insereix en una redacció periodística, la de l'informatiu del *Catalunya migdia* de Catalunya Ràdio. L'escassetat de recursos i l'objectiu d'ampliar les audiències són reptes compartits per totes dues iniciatives.

3.1. Verificat

El 2 d'abril de 2019, dia en què se celebra el Dia Internacional del *Fact-checking*, va néixer Verificat,¹ una plataforma de *fact-checking* amb seu a Catalunya. La seva activitat se centra a identificar continguts falsos virals, verificar-los i alertar la ciutadania d'aquests enganys. Les seves verificacions se centren en l'actualitat política catalana i els continguts difosos a través de xarxes socials i altres plataformes i que tenen o poden tenir una incidència en el debat públic. En el període 2019–2020 van fer un total de 131 verificacions, dada que cal interpretar tenint en compte que entre els mesos de gener i maig de 2020 la plataforma va estar inactiva. Verificat va aprofitar aquesta aturada en les seves activitats per reestructurar el seu equip i repensar la seva línia d'actuació.

Dels dos models més habituals de *fact-checking* que identifiquen Graves i Querubini (2016), el “model de redacció” (*newsroom model*) i el “model d'ONG” (*NGO model*), Verificat pertany a aquest segon. És una associació sense ànim de lucre els ingressos de la qual, segons es pot consultar a l'informe de fonts de finançament que es publica a l'apartat “Qui som?” de la seva web,² provenen molt majoritàriament de l'Open Society Foundations. L'equip fundacional el van compondre les periodistes Carina Bellver, Carola Solé, Roser Toll, Eli Vivas, Alba Tobella i Lorenzo Marini. Aquests dos últims professionals continuen portant les regnes de l'associació, que ha incorporat altres *fact-checkers* com Sara Puig, Maria Altimira i Martí Odrizola. Completen l'equip Susana Pérez-Soler, que coordina el programa Verificat Escola, Bernat Saiz, a càrrec de les xarxes socials i els nous formats, i Elena Salgado, com a assistent pedagògica.

La metodologia de treball de Verificat hibrida mètodes periodístics tradicionals, mètodes de verificació digital, periodisme d'investigació i periodisme de dades. L'auditoria de la seva metodologia i de la feina de verificació va permetre a l'associació entrar a formar part, el novembre de 2020, de la International Fact-Checking Network, una organització que agrupa la gran majoria de *fact-checkers* de tot el món, els quals s'autoregulen a través d'un codi de principis.³ Durant el període 2019–2020, han treballat en verificacions molt diverses, entre les quals destaquen les referides a les eleccions municipals de Barcelona (maig 2019); a les

**A Catalunya,
el *fact-checking*
presenta una
diversitat de
models: mentre
que Verificat és
una associació
sense ànim de
lucre, Fets o
Fakes s'insereix
en la redacció
del *Catalunya
migdia* de
Catalunya Ràdio**

1. La informació d'aquest apartat s'ha obtingut de la web de Verificat (verificat.cat) i mitjançant comunicació personal amb el seu codirector, Lorenzo Marini.

2. Tots els verificadors que formen part de la International Fact-Checking Network estan obligats a publicar de forma anual i transparent les dades sobre els seus ingressos i les seves despeses. És un requeriment del codi de principis d'aquesta xarxa.

3. Vegeu ifcn.codeofprinciples.poynter.org/signatories.

Els reptes de futur de Verificat passen per estendre la seva comunitat al canal de Telegram, aprofundir en la instrucció a secundària i consolidar la branca de *fact-checking* científic que ha encetat amb la Covid-19

.....

protestes arran de la sentència del judici del procés independentista català (octubre 2019) i a la pandèmia de la Covid-19 (2020). Entre els diferents projectes duts a terme durant el bienni, destaca Gen-Z, finançat per YouTube i la International Fact-Checking Network, que té com a objectiu acostar la metodologia del *fact-checking* a l'institut Fundació Llor de Sant Boi de Llobregat. Verificat també forma part de la Plataforma per l'Educació Mediàtica, que ha creat el CAC.

La plataforma de *fact-checking* catalana publica les seves verificacions tant en català com en castellà. La seva web va registrar l'any 2020 un total de 110.000 usuaris únics que hi van fer 180.000 visites. Durant el 2019, els usuaris únics es van situar en 44.000 i les visites van arribar a 110.000. D'aquestes xifres, el tràfic en castellà va assolir el 9% el 2019 i es va incrementar fins al 20% l'any 2020. Cal destacar que la comunitat de Verificat s'estén a Twitter, Facebook i Instagram; a més, disposa d'un canal de WhatsApp per a les demandes de verificació de l'audiència.

L'any 2021 la plataforma segueix activa i durant els primers tres mesos i mig ha fet un total de 120 verificacions. Durant aquest temps, també ha ampliat les seves col·laboracions; s'ha aliat amb Newtral per verificar la campanya de les eleccions catalanes del 14 de febrer; ha començat a col·laborar amb *El Periódico de Catalunya* i ha posat en marxa el projecte de verificació de mites sobre la immigració, "Les mentides alimenten l'odi", encarregat per la Secretaria d'Igualtat, Migracions i Ciutadania del Departament de Treball, Afers Socials i Família de la Generalitat de Catalunya. A l'abril, van començar verificacions sobre la Covid-19 finançades amb una beca de Google i en col·laboració amb l'Institut de Salut Global de Barcelona, l'Observatori Blanquerna de Comunicació, Religió i Cultura (Universitat Ramon Llull) i la comunitat catòlica Aleiteia. Pel que fa a reptes de futur, la plataforma es proposa estendre la seva comunitat al canal de Telegram, aprofundir en la instrucció a secundària i consolidar la branca de *fact-checking* científic que ha encetat amb la Covid-19.

3.2. Fets o Fakes

Fets o Fakes⁴ és una iniciativa de verificació impulsada per un equip de periodistes dels informatius de Catalunya Ràdio i que té un espai fix en l'antena de l'emissora al programa informatiu *Catalunya migdia*. A diferència de Verificat, aquesta iniciativa forma part del *newsroom model* (GRAVES, QUERUBINI, 2016), s'integra per tant en la redacció d'un mitjà de comunicació. La iniciativa es va gestar a finals de l'any 2018 i el gener de 2019 va començar a difondre les seves verificacions. En els primers mesos de funcionament, Fets o Fakes va generar aproximadament una verificació al mes i, a mesura que les rutines van anar quedant integrades en el dia a dia de la redacció, es van començar a generar fins a dues o fins i tot tres verificacions a la setmana. Pràcticament cada verificació té presència en antena al *Catalunya migdia* i totes es poden trobar al web de Catalunya Ràdio.⁵ A partir de setembre del 2020, també s'expliquen en una secció quinzenal a *El matí de Catalunya Ràdio*.

Fets o Fakes verifica declaracions i informacions procedents d'actors públics (governamentals, polítics, sindicals, de la societat civil) i també

4. La informació d'aquest apartat s'ha obtingut de la web de Fets o Fakes (ccma.cat/catràdio/catalunya-migdia/fetsofakes/fitxa/6393) i mitjançant comunicació personal amb el seu director, Carlos Baraibar.

5. Vegeu ccma.cat/catràdio/catalunya-migdia/fetsofakes.

qualsevol altre tipus de continguts que intentin confondre i que puguin tenir rellevància i interès per a la ciutadania. Tot i que no forma part de l'International Fact-Checking Network, Fets o Fakes es fixa el propòsit de seguir els seus principis. La metodologia emprada per aquesta iniciativa combina tècniques de contrastació de la informació del periodisme tradicional amb mètodes digitals. La identificació i verificació d'informació es realitza de forma col·lectiva i col·laborativa entre els diferents professionals i implica buscar l'origen de la desinformació i consultar les fonts primàries i fonts expertes. Pel que fa a la verificació d'imatges i vídeos, es regeixen per la metodologia de First Draft.⁶

L'equip estable de Fets o Fakes l'integren ara mateix quatre persones, per bé que un total de 10 redactors participen en el procés de debat i de presa de decisions. Inicialment, el procés el van conduir i arrencar dos professionals de l'emissora, que van prendre la iniciativa durant el període 2019–2020. Cap d'aquestes persones té una dedicació exclusiva a Fets o Fakes, sinó que compagina la feina de *fact-checker* amb la d'edició d'informatius diaris o de redacció convencional. A més de les persones que tenen una vocació especial per participar a Fets o Fakes, sovint l'equip compta amb la col·laboració i l'expertesa de diversos membres especialitzats de la redacció d'informatius de Catalunya Ràdio.

L'equip s'estructura d'una manera inicialment assembleària que acaba en una triple edició. Quan es detecta una declaració o informació susceptible de ser verificada, qui l'hagi trobat la proposa al grup de Whatsapp col·lectiu. La proposta s'eleva al consell de redacció i al cap de secció afectat (Societat, Economia, Política, Cultura, Internacional) i s'assigna la feina a un redactor. Un cop elaborat un primer esborrany de la verificació, es debat al grup i, si no hi ha cap veto, s'eleva a l'editor del *Catalunya migdia* i al cap de secció. Finalment el cap d'informatius, o el sotscaip, acaba de donar-hi el vistiplau final.

Pel que fa al finançament, forma part de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), on està integrada Catalunya Ràdio, i, per tant, es finança amb l'import que cada any aporten a l'ens els pressupostos de la Generalitat de Catalunya i també a través dels ingressos de publicitat. La llengua que s'empra en aquesta iniciativa de *fact-checking* és el català.

Durant l'any 2019, Fets o Fakes va fer 18 verificacions de diferents temes d'interès per a la societat catalana; mentre que el 2020 la xifra de verificacions va ascendir fins a 44. En el primer trimestre de 2021, ja en sumen 19. Destaquen en aquest període les verificacions relacionades amb el procés independentista a Catalunya (juny de 2019) o els menors estrangers no acompanyats (juliol de 2019). Ja durant el 2020, les verificacions relacionades amb la pandèmia de la Covid-19 pràcticament han monopolitzat la feina de l'equip. Pel que fa a l'audiència, cal considerar tant l'audiència del *Catalunya migdia* com els usuaris digitals de la pàgina de Fets o Fakes. El programa va obrir el 2019 amb 129.000 oients en la primera onada de l'EGM i va tancar l'any amb els 136.000 que

Durant l'any 2019, Fets o Fakes va fer 18 verificacions de diferents temes d'interès per a la societat catalana, mentre que el 2020 la xifra de verificacions va ascendir fins a 44, i en el primer trimestre de 2021 va ser de 19

.....

6. First Draft estableix la seva metodologia de verificació d'imatges al document "Guía de verificación visual. Fotografías" [En línia]. es.firstdraftnews.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/08/FDN_verificationguide_photos_ES.pdf?x82164; i la seva metodologia per als vídeos a "Guía de verificación visual. Vídeos" [En línia]. es.firstdraftnews.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/08/FDN_verificationguide_videos_ES.pdf?x82164

**El programa
El món a RAC 1
va dedicar durant
la temporada
2019–2020 una
secció setmanal
a les mal
anomenades
fake news que
s'emetia cada
divendres de la
mà de l'activista
i divulgador
cultural Àlex
Hinojo**

.....

els va atorgar la tercera onada. Durant el 2020, el programa, conduït per Òscar Fernández i Empar Moliner, va obtenir 164.000 oients a la primera onada del 2020, i a la tercera onada va situar-se en els 132.000 oients. Pel que fa a la web on es recullen totes les verificacions de Fets o Fakes, durant el període biennal d'aquest informe va arribar a una audiència de 22.000 usuaris únics el 2019, la qual es va incrementar fins als 102.000 el 2020.

Al llarg del 2020, Fets o Fakes ha establert una relació amb el Consell de l'Audiovisual de Catalunya i el seu director, Carlos Baraibar, i participa en el Grup de Treball de Desinformació de la Plataforma per a l'Educació Mediàtica, que penja d'aquest organisme. Aquesta col·laboració s'ha materialitzat en la participació en una campanya per fomentar l'ús saludable de les xarxes a l'hora d'informar-se sobre la pandèmia entre la ciutadania i en la moderació d'un webinar sobre desinformació i vacunes (febrer de 2021).

En els tres primers mesos de 2021, la web de Fets o Fakes ha registrat 60.000 usuaris únics. En aquest període, destaquen les verificacions relacionades amb les eleccions al Parlament de Catalunya i sobretot les que tenen a veure amb la seguretat de les vacunes i el procés de vacunació contra la Covid-19. Aquest 2021 Fets o Fakes encara un procés de consolidació i creixement. L'equip que va néixer a la ràdio té la vocació de convertir-se en l'equip de verificació no només de Catalunya Ràdio, sinó de tota la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, i ambiciona tenir un equip amb dedicació exclusiva i estable.

3.3. El món a RAC 1

El programa *El món a RAC 1*, que condueix Jordi Basté, durant la temporada 2019–2020 va dedicar una secció setmanal a les mal anomenades *fake news*. S'emetia cada divendres a les 10.45 hores de la mà de l'activista i divulgador cultural Àlex Hinojo.⁷ Durant 10–15 minuts, repassava algunes desinformacions i informacions errònies destacades i també aportava consells i recomanacions sobre com evitar caure en aquests paranys. La secció era en català, amb un to divulgatiu. Es van dedicar diverses seccions als rumors i les mentides sobre l'arribada de la Covid-19, però també a altres temes com ara la política internacional, la desinformació a les xarxes socials i els verificadors d'informació. L'abril de 2021, la secció continuava ocasionalment en antena; els seus continguts es recullen també a diferents notícies publicades a la web del programa.

3.4. Aquí, amb Josep Cuní

El programa matinal que condueix Josep Cuní a la freqüència de SER Catalunya incorpora una secció divulgativa sobre desinformació a càrrec del periodista Marc Amorós.⁸ L'espai va arrencar l'octubre del 2018, quan va començar el programa, i durant les dues primeres temporades es va emetre els dilluns en la franja de 10 a 11 del matí. Amorós també col·laborava de forma esporàdica amb comentaris enregistrats que s'emetien durant l'informatiu del matí. La secció, que durant la temporada 2020–2021 passa a ser esporàdica, es vehicula a través d'un tema

7. La informació d'aquest apartat s'ha obtingut mitjançant comunicació personal amb Àlex Hinojo.

8. La informació d'aquest apartat s'ha obtingut mitjançant comunicació personal amb Iu Andrés, de l'equip del programa.

d'actualitat que hagi tingut ressò a les xarxes socials i a partir del qual es desgranen les desinformacions que n'han circulat i es van explicant les circumstàncies que les envolten.

4. Iniciatives d'alfabetització mediàtica en verificació digital

Un altre front important en la lluita contra la desinformació, i que té una intencionalitat de més llarg abast, són les iniciatives d'alfabetització mediàtica al voltant del fenomen de la desinformació. L'objectiu d'aquestes iniciatives és fer arribar a tota mena de públics una formació bàsica a l'hora de consumir, produir o compartir informació per tal d'evitar la propagació de desinformació. Per portar a terme aquestes iniciatives, i seguint el model competencial al voltant de l'alfabetització mediàtica proposat per Van Dijk (2005), diverses entitats aposten per un desenvolupament de "competències informacionals", que permeten la selecció i l'avaluació racional de la informació que consumim, així com l'aprenentatge de "competències tecnicooperacionals", és a dir, relatives a l'ús dels dispositius digitals i les seves aplicacions. Des d'aquesta perspectiva, i com alguns autors apunten, els nadius digitals necessiten més formació en competències informacionals, però en canvi la gent que ha hagut d'aprendre a relacionar-se amb els nous dispositius i aplicacions necessiten més habilitats operacionals (SHEN et al., 2019). Les diferents iniciatives han partit d'institucions consolidades com el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) o el Col·legi de Periodistes, o bé des de la iniciativa privada, com és el cas de Junior Report o la plataforma Learn to Check.

4.1. Consell de l'Audiovisual de Catalunya

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha impulsat diverses línies de treball per conscienciar i combatre la desinformació.⁹ En primer lloc, es promou l'educació en comunicació a través del programa eduCAC (educac.cat). En segon lloc, cal destacar l'impuls del debat entre diferents iniciatives i professionals canalitzat a través de la Plataforma per a l'Educació Mediàtica de Catalunya¹⁰ i, especialment, del seu grup de desinformació. A més, el CAC ha aprovat tres informes sobre la desinformació a les plataformes en relació amb la Covid-19;¹¹ uns informes que tracten sobre el negacionisme, els productes que suposadament curen la Covid-19 i continguts falsos de discursos contraris a la vacunació. En tercer lloc, pel que fa a la sensibilització, durant el confinament es van emetre a TV3 diferents campanyes, algunes de les quals estan relacionades amb la desinformació i la seguretat a les xarxes socials. Finalment, pel que fa a l'activitat professional, l'organisme ha elaborat recomanacions conjuntes amb el departament de Salut, el Consell de Col·legis de Metges de Catalunya i el Col·legi de Periodistes de Catalunya per a un tractament acurat de les vacunes i una cobertura que no amplifiqui la desinformació.

El programa eduCAC va néixer l'any 2017 amb l'objectiu d'aportar recursos i materials didàctics a docents i famílies per implementar

Els nadius digitals necessiten més formació en competències informacionals, però en canvi la gent que ha hagut d'aprendre a relacionar-se amb els nous dispositius i aplicacions necessiten més habilitats operacionals

.....

9. La informació d'aquest apartat s'ha obtingut de la web del CAC (cac.cat), de la web de l'EduCAC (educac.cat) i mitjançant comunicació personal amb Daniel Hernández, cap del gabinet de la presidència del CAC.

10. Vegeu www.cac.cat/es/plataforma-leducacio-mediatica

11. Vegeu www.cac.cat/activitat-del-cac-relacio-amb-la-covid-19

l'educació en comunicació. El tema de la desinformació s'aborda en una de les seves unitats didàctiques, que es poden obtenir amb registre previ a la pàgina. En els tallers d'eduCAC que es van realitzar durant el curs 2018–2019 en col·laboració amb el Col·legi de Periodistes també es va tractar aquest fenomen; eren tallers pràctics adreçats a alumnat de secundària de diferents centres educatius de Catalunya. Pel que fa a la Plataforma per a l'Educació Mediàtica de Catalunya, es va crear el 19 de juny de 2019 a partir de l'Acord 61/2019 del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya i es va constituir en sessió plenària del 26 de juny del mateix any. L'objectiu és aglutinar els diferents actors que treballen per l'educació mediàtica al país i fomentar el debat i les bones pràctiques. En el moment d'escriure aquest article, la plataforma la integren un total de 43 entitats i 20 persones. El seu grup sobre desinformació es va constituir el 19 de novembre de 2020 amb prop d'una vintena de membres i fins a finals d'any va mantenir un parell de reunions per tal de compartir experiències i objectius.

L'activitat reguladora i les recomanacions del CAC que tenen a veure amb la desinformació en aquest període van molt lligades a la pandèmia i poden consultar-se, tant en català com en castellà, a la web de l'ens. El CAC segueix aquestes línies de treball durant el primer trimestre de 2021, període en què cal ressaltar l'elaboració d'unes recomanacions adreçades a la ciutadania sobre com detectar la desinformació¹² i en què també van treballar el Col·legi de Periodistes i altres entitats. També es va impulsar un seminari sobre la desinformació en temps de pandèmia.¹³

12. CAC (2021): “Com detectar les FAKE NEWS sobre les vacunes de la Covid-19?” [En línia]. periodistes.cat/sites/default/files/public/continguts/actualitat/2021/02/documents/cartell-desinformacio-vacunes-1.pdf

13. CAC (2021): “Webinar La saturació sobre les vacunes de la Covid-19”. CAC, 23 de febrer. youtube.com/watch?v=61fOO0gLGjU

14. La informació d'aquest apartat s'ha obtingut de la web del Col·legi (periodistes.org) i mitjançant comunicació personal amb Xavier Puig, cap de comunicació del Col·legi.

15. COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA (2020): “L'onzena edició del programa ‘Premsa a les escoles’ arriba a 70 centres” [En línia]. 2 de març. periodistes.cat/actualitat/noticies/onzena-edicio-del-programa-premsa-a-les-escoles-arriba-70-centres

4.2. Col·legi de Periodistes de Catalunya

Des del Col·legi de Periodistes de Catalunya,¹⁴ entre 2009 i 2020, s'ha portat a terme el programa “Premsa a les escoles”, amb el suport de l'Obra Social “la Caixa” a través d'EduCaixa. La iniciativa tenia per objectiu oferir xerrades sobre l'ofici de periodista als centres de secundària de tot Catalunya a través de periodistes professionals col·legiats. Si en un principi la iniciativa volia apropar l'ofici de periodista als estudiants, amb el pas dels anys la proposta s'ha anat modificant per adaptar-se al nou ecosistema mediàtic. Segons publica el Col·legi, “l'objectiu del programa és reflexionar sobre les noves formes de comunicació i consum informatiu, com les xarxes socials, i ajudar a discernir entre la informació veraç i contrastada en temps de *fake news* i postveritat”.¹⁵ El viratge del programa cap a una reflexió més pregona sobre els riscos de la desinformació i la necessitat de donar eines per al pensament crític de l'alumnat es va iniciar el 2016, acompanyat d'un increment important de centres interessats en aquest tipus de formació per al seu alumnat, tot evidenciant l'interès i la preocupació dels docents pel fenomen de la desinformació i les seves conseqüències. El 2019 “Premsa a les escoles” arribava a un total de vora 3.000 alumnes d'una seixantena de centres de tot Catalunya. El programa del 2020, que s'havia programat per a 3.600 alumnes de 70 centres catalans, va quedar interromput per la pandèmia, però tot i així es van poder portar a terme el 60% de les sessions programades abans del confinament.

El 40% restant ha estat programat per a l'any 2021 a mesura que la situació sanitària ha permès la presencialitat. De cara al curs 2021–2022, la intenció del Col·legi és reprendre la iniciativa.

Les sessions es basen a explicar l'experiència professional dels periodistes i acostar a l'aula exemples i casos pràctics a través de vídeos, exemplars de premsa i altres recursos. La iniciativa també és una oportunitat perquè el Col·legi de Periodistes conegui de primera mà el tipus de consum mediàtic del jovent i la incidència de les xarxes socials en els hàbits informatius, és a dir, conèixer de prop la “dieta mediàtica” dels joves: “D'aquí que se'ls expliquin les diferències que hi ha entre canals d'informació i mitjans de comunicació i les garanties i beneficis que aporta el periodisme que abraça el codi deontològic, rigorós, contrastat i plural”.¹⁶

A banda de “Premsa a les escoles”, i veient l'amplitud de la problemàtica relacionada amb la desinformació, el Col·legi va signar un conveni amb Barcelona Activa el novembre de 2020 per posar en marxa, de cara al 2021, la iniciativa “Que no t'enganyin”. Amb el plantejament que el fenomen de la desinformació no només afecta el jovent que té una relació intensa amb les xarxes socials, el Col·legi apuntava a nous sectors de la població que, davant de la perspectiva d'un increment en el volum i la sofisticació de la desinformació, necessitaven eines de verificació digital per poder-se mantenir adequadament informats. Les sessions, que imparteix la periodista especialitzada en verificació digital Nereida Carrillo, es fan a les anomenades Antenes Cibernàrium, situades als espais multimèdia de la xarxa de Biblioteques de Barcelona. El públic adult, fins i tot de la tercera edat, és, segons els estudis (VICTÒRIA-MAS, 2020), tan vulnerable a la desinformació com el jovent, i sense deixar de banda una inicial alfabetització mediàtica a escoles i instituts com la del programa “Premsa a les escoles”, les sessions “Que no t'enganyin” complementen la formació que ofereix el Col·legi.

4.3. Junior Report

Junior Report va néixer l'any 2017¹⁷ i es proposa acostar l'actualitat als més joves, fomentar el seu esperit crític i crear projectes per tal d'acompanyar-los en les seves pròpies produccions informatives. La proposta se situa sota el paraigua de l'empresa Blue Globe Media SL i la seva acció es canalitza a través de diferents línies de treball. D'una banda, el diari *Junior Report* (junior-report.media), un canal informatiu per a joves que ofereix articles sobre temes d'actualitat i temes de divulgació global contextualitzats i adaptats a l'alumnat de secundària i batxillerat. D'altra banda, la seva plataforma de recursos educatius, Junior Report Aula (globe.junior-report.media/aula), amb recursos i materials per treballar l'actualitat a l'aula, tant l'actualitat diària a través de *La Notícia del Dia*, com temes de divulgació a través de les unitats didàctiques, amb solucionari i guia docent. Com a activitat dins l'escola, ofereix tallers d'educació mediàtica (globe.junior-report.media/tallers) per a diferents nivells i sobre temàtiques diverses. I finalment, el projecte Revista Escolar Digital (RED) (globe.junior-report.media/red), una xarxa de revistes escolars creades i dirigides per estudiants amb el suport de periodistes professionals.

El públic adult és tan vulnerable a la desinformació com el jovent, i sense deixar de banda una inicial alfabetització mediàtica a escoles i instituts, les sessions “Que no t'enganyin” complementen la formació que ofereix el Col·legi de Periodistes de Catalunya

.....

16. Llegeix la nota de premsa a: periodistes.cat/sites/default/files/public/continguts/actualitat/2020/03/documents/np-020320-el-collegi-de-periodistes-i-l'obra-social-la-caixa-posen-en-marxa-lonzana-edicio-del.pdf

17. La informació d'aquest apartat s'ha obtingut de la web de Junior Report (junior-report.media) i mitjançant comunicació personal amb la periodista Elisa Pont.

Els tallers de Junior Report s'han impartit fins ara a més de 300 centres educatius de Catalunya. Durant el curs 2019–2020, es van realitzar 110 tallers a alumnat d'ESO i batxillerat i 35 a alumnat de primària

.....

El tema de la desinformació s'aborda directament a través d'una unitat didàctica específica (globe.junior-report.media/portfolio-item/fake-news-i-desinformacio), però també de forma transversal en diverses unitats didàctiques dedicades a altres qüestions, com ara la llibertat de premsa o les darreres eleccions als Estats Units. També treballen sobre *fake news* a través d'un dels tallers que s'ofereixen, adreçat a secundària, tant de forma presencial com en línia. Els tallers acostumen a ser serveis de pagament i les unitats didàctiques funcionen mitjançant un mètode de subscripció. No obstant això, Junior Report també disposa d'un catàleg d'unitats didàctiques gratuïtes realitzades en col·laboració amb diverses entitats i institucions.

L'equip de Junior Report l'integren una vintena de persones, entre equip intern i col·laboradors, que inclouen periodistes, comunicadors i docents. El diari *Junior Report* es publica en castellà, a la secció de Societat de *La Vanguardia.com*, i en català al seu propi canal Junior Report (junior-report.media). També compta amb una doble pàgina, en format imprès, al setmanari *El Quinze* (Público) de l'àrea metropolitana de Barcelona. Tant els tallers com les unitats didàctiques i la pàgina web estan disponibles en català i castellà.

Els tallers de Junior Report s'han impartit fins ara a més de 300 centres educatius de Catalunya. Durant el curs 2019–2020, es van realitzar 110 tallers a alumnat d'ESO i batxillerat i 35 tallers a alumnat de primària. Durant el curs escolar 2020–2021, s'han impartit 80 tallers a alumnes d'ESO i batxillerat i 43 a alumnes de primària; a més de quatre tallers de crèdit de síntesi amb més d'un grup/classe per centre. La xarxa de revistes escolars la formen més de 4.500 estudiants de 60 centres educatius de diferents comunitats autònomes, entre elles, Catalunya, Madrid, el País Basc i la Comunitat Valenciana. A Catalunya, hi participen un total de 50 centres escolars repartits pel territori. A la versió en català de la web, el 2019 Junior Report va registrar 14.049 usuaris únics de mitjana; una xifra que es va incrementar fins als 88.160 usuaris únics (mitjana anual) l'any 2020. Durant el primer trimestre de 2021, el nombre d'usuaris únics s'eleva als 49.492, segons dades proporcionades per la mateixa plataforma. Pel que fa al diari *Junior Report*, en la versió en castellà, cal destacar el predomini del públic femení i la presència àmplia de lectors a Amèrica Llatina.

Durant el 2019 i el 2020, la xarxa RED va passar de tenir vuit centres escolars a aconseguir presència a tot el territori espanyol i a escala internacional, amb la incorporació d'una escola a Bolívia. Durant aquest període també es consolida el diari *Junior Report* com un dels mitjans líders en llengua castellana gràcies a l'especial informatiu sobre la Covid-19 (lavanguardia.com/temas/junior-report-coronavirus). Durant aquesta etapa, es van engegar les següents col·laboracions: la producció d'unitats didàctiques al voltant d'un tema d'interès general però des del punt de vista dels adolescents, d'accés gratuït per a qualsevol docent, i el llançament de *La Notícia del Dia de Junior Report* amb una opció de subscripció per a docents i centres educatius. Pel que fa als reptes de futur, el projecte de l'empresa Blue Globe Media SL es planteja la creació de revistes escolars mitjançant xarxes ciutadanes per

fomentar la participació dels agents socials del territori (entitats i empreses locals, mitjans de comunicació, espais culturals...) i potenciar així el paper dels adolescents com a ciutadans del futur.

4.4. Learn to Check

Una altra de les iniciatives que ha nascut durant el 2020 ha estat la plataforma per a la formació en verificació digital Learn to Check (learntocheck.org). Liderada per la periodista Nereida Carrillo, la plataforma compta amb el suport del consolat dels EUA a Barcelona dins del seu programa de diplomàcia pública. La plataforma té el seu origen en els tallers de verificació digital “Que no te la cuelen”, sessions que es portaven a terme a través de les activitats dels American Spaces de Barcelona, Madrid i València des de 2016 i fins al curs 2019–2020. Aquests tallers teoricopràctics anaven adreçats principalment a alumnat de secundària i cicles formatius. Cada curs la iniciativa arribava a entre 700 i 750 alumnes. L'interès del professorat per aquest tipus de formació va implicar que el 2018 els tallers s'obriessin a aquest col·lectiu. Els debats i les reflexions generats en el si dels tallers de verificació i la quantitat i diversitat de continguts que generaven —protocols de verificació, recursos en línia, vídeos, jocs a través de l'ús de les xarxes socials— van portar Carrillo a plantejar-se l'objectiu d'endregar tots els continguts a través d'una pàgina web que permetés l'accés a tots aquests materials. D'aquí que durant el 2019 i el 2020 s'anés treballant en la construcció de la plataforma, amb tots els recursos en obert i en tres idiomes: català, castellà i anglès.

La web es va presentar oficialment el 21 de setembre de 2020 i presentava articles sobre temes relacionats amb la verificació digital, recursos i protocols de verificació d'informació, fotografia, vídeo i contingut en línia, i vídeos divulgatius de professionals —periodistes, advocats, sanitaris, enginyers en intel·ligència artificial, activistes digitals—, a més de contingut gamificat com jocs de geolocalització o un trivial de conceptes clau entorn a la desinformació, entre d'altres. Emmirallada en plataformes de referència com la nord-americana First Draft (firstdraftnews.org) o projectes com el News Literacy Project (newslit.org), Learn to Check articula una proposta divulgativa que combina continguts en profunditat amb recursos interactius més lúdics. També a través de la plataforma s'ofereix formació en línia i presencial que inclou no només el públic dels tallers “Que no te la cuelen” sinó també altres col·lectius.

El 2020, a través dels tallers organitzats a través de la plataforma, ja es va impartir formació a col·lectius professionals com bibliotecaris, editors, periodistes, recercaires o públic familiar en general. Cal destacar la col·laboració de Learn to Check amb l'entitat Cibervoluntarios¹⁸ per formar voluntaris en verificació digital però també altres col·laboracions formatives/divulgatives amb entitats com el Col·legi de Periodistes de Catalunya, la Plataforma d'Educació Mediàtica de Catalunya, la Digital Future Society (de la Mobile World Capital Barcelona) o la iniciativa de *fact-checking* Verificat. La previsió per al 2021, segons Carrillo i el seu equip, és l'ampliació i actualització dels continguts de la plataforma, la posada en marxa de nous tipus de tallers i cursos i l'establiment de noves col·laboracions.

Learn to Check articula una proposta divulgativa que combina continguts en profunditat amb recursos interactius més lúdics. També a través de la plataforma s'ofereix formació en línia i presencial

.....

18. Vegeu cibervoluntarios.org/es/cibernews/ver/2020-11-12/primeros-talleres-learn-to-check

**De cara al
2021, tant els
fact-checkers
com les entitats
i iniciatives
educatives es
plantegen obrir-se
a nous públics,
especialment la
gent gran, per
la seva escassetat
de competències
digitals**

.....

5. Conclusions

Durant el període 2019–2020, Catalunya no ha estat aliena a l'increment de la propagació de desinformació i els seus perills, que s'ha viscut de manera preocupant tant per part de la ciutadania com d'actors polítics i institucionals. Paral·lelament a aquesta situació, s'ha anat generant sensibilització ciutadana i també han sorgit o s'han reforçat iniciatives per aprendre a navegar la desinformació i per empoderar la ciutadania en aquest entorn de major circulació d'informacions errònies i falses. A Catalunya, com a la resta del món, aquestes iniciatives s'han cana·litzat a través de tres grans eixos de treball: el *fact-checking* i la reflexió professional; l'educació mediàtica i l'alfabetització digital i, finalment, la divulgació. El període 2019–2020 és una etapa en què es posen en marxa iniciatives de *fact-checking* com Verificat o Fets o Fakes; en què entitats que es dediquen a l'educació mediàtica incorporen continguts i tallers relacionats amb la desinformació i en què apareixen noves iniciatives com Learn to Check. Pel que fa al debat professional, tant des del CAC com des del Col·legi de Periodistes s'esperonen diferents fòrums i espais de treball i de millora de praxis professionals.

A Catalunya, amb particularitats locals i d'àmbit català, la desinformació apareix i es combat de la mateixa manera que a nivell internacional. I també com a la resta del món, parlar de desinformació en aquesta etapa és parlar de la pandèmia de la Covid-19; per això, tant el *fact-checking* professional com l'activitat reguladora del CAC i altres debats professionals van lligats a la desinformació en salut i, especialment, al voltant del virus, del seu origen, del tractament de la malaltia i de la vacunació. També han deixat petjada la desinformació relacionada amb el judici del Procés, les manifestacions posteriors i altres esdeveniments polítics rellevants a Catalunya. Pel que fa a les iniciatives per combatre la desinformació a Catalunya, s'adrecen a diferents tipus de públics, tot i que les activitats educatives paren especial atenció en els adolescents i joves. De cara al 2021, tant els *fact-checkers* com les entitats i iniciatives educatives es plantegen obrir-se a nous *targets* o públics objectius; especialment la gent gran com a públic també vulnerable a la desinformació en xarxes per la seva escassetat de competències digitals.

Si el bienni 2019–2020 es caracteritza per l'emergència i l'experimentació d'iniciatives contra la desinformació, els esdeveniments dels primers mesos del 2021 ens auguren una etapa posterior de consolidació, d'obertura de noves línies de treball i la cerca de nous *targets* i major audiència. Els *fact-checkers* es proposen ampliar l'equip, aconseguir noves fonts de finançament, engegar nous projectes i, en definitiva, consolidar i enriquir la seva activitat. La reflexió professional també continua, i pren força la reivindicació educativa: demanar que els continguts i les competències en verificació digital que ara mateix depenen de la voluntat i l'interès d'alguns docents, alguns equips directius, l'Associació de Famílies d'Alumnes (AFA) i entitats es puguin introduir a les aules de manera igualitària per a tot l'alumnat. El Col·legi de Periodistes de Catalunya reivindica que aquesta formació en educació mediàtica vagi a càrrec de periodistes i professionals de la comunicació.

Des de diversos sectors es demana una major implicació de les institucions i, sobretot, del Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya, per tal que l'educació en comunicació i, en especial,

l'educació per combatre la desinformació siguin una realitat als centres educatius. La desinformació és un problema que, els experts hi coincideixen, no desapareixerà en els pròxims anys i serà clau dotar la ciutadania, i especialment els joves, de competències per identificar-la i no amplificar-la. L'educació es revela com la solució més eficaç, duradora i empoderadora. A més a més, cal dotar la ciutadania de competències, coneixements i habilitats perquè pugui introduir-se en la verificació digital. Donat que, amb els telèfons mòbils i les xarxes socials, la ciutadania accedeix a les fonts primàries i també es converteix en productora d'informació, ha d'aprendre aquestes habilitats. Que els i les periodistes i les associacions professionals els acompanyin en aquest aprenentatge i aquest recorregut és també una oportunitat per a la transparència de la professió, per recuperar un crèdit i una confiança de la societat que estan minats i també per enfortir un lligam en un moment clau en què volem que els mitjans de comunicació i el periodisme no depenguin tant de la publicitat i els anunciant sinó més del finançament i la complicitat de les comunitats de ciutadans.

6. Referències

BRADSHAW, S.; HOWARD, P. N. (2019): *The global disinformation order: 2019 global inventory of organised social media manipulation* [En línia]. Oxford (Regne Unit): University of Oxford. demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf

EUROPEAN COMMISSION (2018a): *A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation* [En línia]. Luxemburg: Publications Office of the European Union. digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation

EUROPEAN COMMISSION (2018b): *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Tackling online disinformation: a European Approach* [En línia]. Brussel·les (Bèlgica): European Commission. eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&from=EN

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC) (2018): "Fake news o desinformació en línia: respostes a l'amenaça de la societat connectada". A *Informe 2017. L'Audiovisual a Catalunya* [En línia]. Barcelona (Espanya): Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Pàg. X-XII. cac.cat/sites/default/files/2018-07/Ac.72-2018_%20ANNEX%20Informe%20audiovisual%202017.pdf

GRAVES, L.; CHERUBINI, F. (2016): *The rise of fact-checking sites in Europe* [En línia]. Oxford (Regne Unit): Reuters Institute for the Study of Journalism (Oxford University). reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe

IRELAND, S. (2018): "Fake news alerts: Teaching news literacy skills in a meme world". *The Reference Librarian*. Londres. Vol. 59, núm. 3, pàg. 122-128. [tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02763877.2018.1463890](https://doi.org/10.1080/02763877.2018.1463890) ?journalCode=wref20

La desinformació és un problema que no desapareixerà en els pròxims anys i serà clau dotar la ciutadania de competències per identificar-la i no amplificar-la. L'educació es revela com la solució més eficaç, duradora i empoderadora

.....

- JANG, S. M.; KIM, J. K. (2018): "Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions". *Computers in Human Behavior*. Àmsterdam. Núm. 80, pàg. 295–302. [sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563217306726](https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563217306726)
- JANKOWSKI, N. W. (2018): "Researching fake news: A selective examination of empirical studies". *Javnost - The Public*. Londres. Vol. 25, núm. 1–2, pàg. 248–255. [tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13183222.2018.1418964?journalCode=rjav20](https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13183222.2018.1418964?journalCode=rjav20)
- MAGALLÓN, R.; SÁNCHEZ-DUARTE, J. M. (2020): "Infodemia and COVID-19. Evolution and viralization of false information in Spain" [En línia]. *Revista Española de Comunicación y Salud*. Madrid. Suplemento 1, pàg. 31–41. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/5417>
- NEWMAN, N.; FLETCHER, R.; KALOGEROPOULOS, A.; LEVY, D.; KLEIS NIELSEN, R. (2018): *Reuters Institute Digital News Report 2018* [En línia]. Oxford (Regne Unit): Reuters Institute for the Study of Journalism (Oxford University). media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475
- NEWMAN, N.; FLETCHER, R.; KALOGEROPOULOS, A.; SCHULZ, A.; ANDI, S.; KLEIS NIELSEN, R. (2020): *Reuters Institute Digital News Report 2020* [En línia]. Oxford (Regne Unit): Reuters Institute for the Study of Journalism (Oxford University). reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
- POSETTI, J.; MATTHEWS, A. (2018): *A short guide to the history of 'fake news' and disinformation. A learning module for journalists and journalism educators* [En línia]. Washington D. C. (EUA): International Center for Journalists. icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation_ICFJ%20Final.pdf
- RODRÍGUEZ-VÁZQUEZ, A. I.; GARCÍA-RUIZ, R.; AGUADED, I. (2020): "Políticas públicas en educación y comunicación: debates y avances". *Trípodos*. Barcelona. Núm. 46, pàg. 43–57.
- SALAVERRÍA, R.; BUSLÓN, N.; LÓPEZ-PAN, F.; LEÓN, B.; LÓPEZ-GOÑI, I.; ERVITI, M. C. (2020): "Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19" [En línia]. *El profesional de la información*. Madrid. Vol. 29, núm 3. revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.15/50027
- SALUD SIN BULOS; DOCTORALIA (2021): *III Estudio de Bulos en Salud: Covid 19. Encuesta a profesionales de la salud de España* [En línia]. Barcelona (Espanya): Doctoralia. actasanitaria.com/wp-content/uploads/2020/10/III-Estudio-Salud-sin-Bulos-Covid-19.pdf
- SCHEUFELE, D.; KRAUSE, N. M. (2019): "Science audiences, misinformation, and fake news" [En línia]. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. Washington D. C. Vol. 116, núm. 16, pàg. 7662–7669. [pnas.org/content/116/16/7662](https://www.pnas.org/content/116/16/7662)
- SHEN, C.; KASRA, M.; PAN, W.; BASSETT, G. A.; MALLOCH, Y.; O'BRIEN, J. F. (2019): "Fake images: The effects of source, intermediary, and digital

media literacy on contextual assessment of image credibility online”. *New media & society*. Vol. 21, núm. 2, pàg. 438–463.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO) (2018): *Journalism, fake news and disinformation: handbook for journalism education and training* [En línia]. París (França): UNESCO. en.unesco.org/fightfakenews

VAN DIJK, J. A. (2005): *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*. Londres (Regne Unit): Sage Publishing.

VICTORIA-MAS, M. (2020): “News consumption and misperception about the COVID-19 crisis: What can we learn to strengthen resilience in the EU?”, a *Charlemagne Prize Academy Annual Report* [En línia]. Aachen (Alemanya): Charlemagne Prize Academy. Pàg. 40–44. [charlemagneprizeacademy.com/Portals/karlspreisakademie/Charlemagne %20Prize%20Academy_Annual%20Report%202020.pdf](https://charlemagneprizeacademy.com/Portals/karlspreisakademie/Charlemagne%20Prize%20Academy_Annual%20Report%202020.pdf)

VOGELS, E. A.; PERRIN, A.; RAINIE, L.; ANDERSON, M. (2020): “53% of Americans say the Internet has been essential during the COVID-19 outbreak. *Pew Research Center* [En línia]. Washington D. C. (EUA): Pew Research Center, 30 d’abril. pewresearch.org/internet/2020/04/30/53-of-americans-say-the-internet-has-been-essential-during-the-covid-19-outbreak

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. (2018): “The spread of true and false news online” [En línia]. *Science*. Washington D. C. Vol. 359, núm. 6380, pàg. 1146–1151. science.sciencemag.org/content/359/6380/1146