

MODEL DE COMUNICACIÓ

de l'Ajuntament de Castellar del Vallès

Organització, funcions, canals i criteris de treball

Document de consulta pública · Juliol de 2026

Control del document

Títol	Model de comunicació de l'Ajuntament de Castellar del Vallès
Data d'actualització	Juliol de 2026
Abast	Organització, funcions, circuits, canals i criteris generals de la comunicació municipal
Actualització	Revisió quan es produeixin canvis rellevants en l'organització, els canals, la normativa o els procediments

Aquest document descriu el model de comunicació municipal i constitueix una font pública de consulta. No substitueix la normativa, els reglaments, els decrets de competències, l'organigrama funcional ni els protocols específics aplicables.

Índex

1. Objecte i abast
2. Principis de la comunicació municipal
3. Evolució del model
4. Organització de la Regidoria
5. Funcions de les unitats
6. Planificació, coordinació i validació
7. Comunicació institucional i informació de servei
8. Relació amb els mitjans de comunicació
9. Portal web municipal i agenda
10. Mitjans municipals
11. Model de comunicació digital
12. Xarxes socials corporatives i sectorials
13. Producció de continguts digitals i audiovisuals
14. Canals de missatgeria directa
15. Campanyes de comunicació
16. Imatge corporativa i suports físics
17. Llenguatge, revisió i qualitat
18. Interacció i moderació
19. Comunicació d'emergències i crisi
20. Drets, protecció de dades i propietat intel·lectual
21. Seguiment i avaluació
22. Actualització i governança del model

Annex 1. Canals i dades de referència
Annex 2. Evolució d'Instagram
Annex 3. Exemples de desplegament multicanal
Annex 4. Funcions del lloc de tècnic/a auxiliar de premsa
Fonts i documents de referència

1. Objecte i abast

Aquest document descriu el model de comunicació de l'Ajuntament de Castellar del Vallès, la seva organització, les funcions de les unitats que integren la Regidoria de Comunicació, els circuits generals de treball i els criteris que orienten la relació amb la ciutadania, els mitjans i la resta de l'organització municipal.

La comunicació municipal s'entén com una funció de servei públic. El seu objectiu és facilitar informació veraç, útil, comprensible i accessible sobre els serveis, l'activitat institucional, els projectes, les incidències, les activitats i qualsevol altra qüestió d'interès general per a la població.

El document té quatre finalitats principals:

- fer públics els trets essencials del model de comunicació municipal;
- oferir un marc comú de referència per al conjunt de l'organització (regidories i serveis) i equips de comunicació;
- afavorir la coherència entre canals, missatges i formats;
- facilitar la consulta dels continguts específics vinculats a l'organització i al funcionament de la comunicació municipal.

El seu caràcter és descriptiu i orientador. No substitueix la normativa vigent, els reglaments municipals, els decrets de competències, l'organigrama funcional, les fitxes dels llocs de treball ni els protocols específics que siguin aplicables.

Criteri d'estabilitat

El cos principal recull els elements estructurals i els criteris que es preveuen estables. Les dades que poden variar amb rapidesa —nombre de seguidors, relació de comptes actius o eines concretes— s'incorporen als annexos amb data de referència.

2. Principis de la comunicació municipal

La comunicació de l'Ajuntament es regeix pels principis de servei públic, interès general, rigor, pluralisme, neutralitat institucional, transparència, proximitat, claredat, accessibilitat i respecte als drets de les persones.

2.1. Servei públic i interès general

La selecció, elaboració i difusió dels continguts s'ha de fonamentar en la utilitat per a la ciutadania. La comunicació ha de facilitar l'accés als serveis, donar a conèixer els projectes municipals, informar de les incidències que afecten la vida quotidiana i contribuir a la participació en la vida local.

2.2. Veracitat, rigor i contrast

Els continguts s'han d'elaborar a partir de dades confirmades i fonts identificables. Abans de publicar una informació, cal contrastar-ne els elements essencials i diferenciar clarament els fets confirmats, les previsions i els aspectes encara pendents de verificació.

2.3. Neutralitat institucional i pluralisme

Els mitjans municipals, per la seva naturalesa periodística, disposen d'un reglament específic i de criteris orientats a garantir el pluralisme, la neutralitat i la professionalitat.

2.4. Transparència i rendició de comptes

La comunicació municipal ha de facilitar el coneixement de les actuacions de l'Ajuntament, dels serveis públics i de l'ús dels recursos municipals. Aquesta funció s'ha d'exercir de manera proactiva i no únicament com a resposta a peticions d'informació.

2.5. Proximitat, claredat i accessibilitat

Els missatges han de ser comprensibles i adaptats als diferents públics. El to pot ser pròxim, però ha de conservar el caràcter institucional. Cal evitar tecnicismes innecessaris, explicar les sigles i oferir instruccions clares quan la ciutadania hagi de fer alguna acció.

2.6. Inclusió i no-discriminació

La comunicació ha d'utilitzar un llenguatge inclusiu, no sexista i respectuós. També ha d'evitar estereotips i tenir en compte l'accessibilitat lingüística, visual, auditiva i cognitiva dels continguts.

2.7. Coordinació i coherència multicanal

La informació municipal es distribueix mitjançant canals diversos. Els missatges s'han de coordinar i adaptar a cada suport sense generar contradiccions. El web municipal actua habitualment com a espai estable de referència; les xarxes, la missatgeria, els mitjans municipals, les pantalles i els suports impresos n'amplien i segmenten la difusió.

2.8. Protecció dels drets de les persones

La comunicació municipal ha de respectar la protecció de dades, els drets d'imatge, la propietat intel·lectual i els drets de les persones afectades per una informació. S'ha d'aplicar una prudència especial en continguts sobre menors, víctimes, accidents, emergències, salut, violència o situacions de vulnerabilitat.

3. Evolució del model

El model actual és el resultat d'una transformació iniciada l'any 2007 i adaptada posteriorment a la digitalització, a les xarxes socials i al predomini progressiu dels formats audiovisuals i de la comunicació mòbil.

3.1. Separació entre comunicació institucional i mitjans municipals

L'any 2007 es va adoptar un model que distingia la comunicació corporativa i institucional de l'Ajuntament de la gestió dels mitjans municipals. La comunicació institucional va quedar vinculada principalment al Departament de Premsa, la imatge corporativa, les publicacions i el portal web. Els mitjans municipals es van articular al voltant de Ràdio Castellar, el nou setmanari L'Actual i, posteriorment, el portal d'actualitat lactual.cat.

Aquesta separació respon a la diferència entre dues funcions complementàries:

- la comunicació institucional, que informa sobre serveis, projectes, actuacions, avisos i activitats de l'Ajuntament;
- la informació periodística local, que explica l'actualitat del municipi amb criteris professionals, pluralistes i de proximitat.

3.2. Consolidació dels mitjans municipals

L'any 2008 va néixer L'Actual com a setmanari gratuït d'informació local, amb la voluntat de superar el model clàssic de butlletí centrat únicament en l'acció de govern. El projecte va incorporar la vida associativa, cultural, esportiva, social i política del municipi. Paral·lelament, es va impulsar una redacció integrada per al setmanari, la ràdio i el futur portal digital.

3.3. Aparició de la comunicació directa digital

Entre 2008 i 2009 es van desenvolupar el nou web municipal i els primers comptes socials corporatius. Les xarxes van modificar les rutines dels gabinets de comunicació: l'Ajuntament va deixar de comunicar-se només a través dels mitjans i va començar a adreçar-se directament a la ciutadania, amb més immediatesa, capacitat d'interacció i adaptació als dispositius mòbils.

3.4. La pandèmia com a punt d'inflexió

La pandèmia de la COVID-19 va accelerar la necessitat d'oferir informació de servei de manera ràpida i continuada. Durant aquest període es van consolidar les xarxes socials, Telegram i WhatsApp com a canals prioritaris, i Instagram va passar a ocupar el paper central que anteriorment havia tingut Facebook.

El creixement d'Instagram Fem Castellar és representatiu d'aquesta evolució: d'aproximadament 1.500 seguidors al desembre de 2019 a 14.900 el juliol de 2026. Al mateix temps, la producció de vídeos breus, stories i reels s'ha incorporat a les tasques habituals de comunicació.

3.5. Model actual

El model de 2026 combina premsa, web, mitjans municipals, xarxes socials, missatgeria, fotografia, vídeo, publicitat, cartelleria i pantalles digitals. Una mateixa informació es pot desplegar com a notícia web, nota de premsa, publicació d'Instagram, story, reel, vídeo, missatge de WhatsApp o Telegram, anunci a L'Actual o peça per a una pantalla informativa.

4. Organització de la Regidoria

La Regidoria de Comunicació s'organitza en tres unitats tècniques diferenciades i coordinades: Premsa; Disseny Gràfic, Imatge Corporativa i Publicacions; i Mitjans de Comunicació.

Unitat	Àmbit principal	Canals o productes principals
Premsa	Comunicació institucional, relació amb mitjans, web, xarxes, missatgeria, agenda i emergències	castellarvalles.cat, Fem Castellar, WhatsApp, Telegram, notes de premsa, pantalles
Disseny Gràfic, Imatge Corporativa i Publicacions	Identitat visual, creativitat, disseny i producció gràfica i audiovisual	Campanyes, anuncis, cartells, publicacions, pantalles, vídeos i materials d'actes
Mitjans de Comunicació	Informació periodística local i de proximitat	L'Actual, Ràdio Castellar, lactual.cat i xarxes pròpies

4.1. Adscripció organitzativa

D'acord amb l'organització municipal vigent, la comunicació s'integra en l'àmbit de Governança i manté una relació funcional amb els àmbits de projecció institucional, promoció de la vila, turisme i cultura.

4.2. Dimensió transversal

La comunicació participa en projectes transversals vinculats a la transparència, l'observació de dades, la planificació estratègica, el Pla d'Actuació Municipal, la participació ciutadana, la promoció de la vila, la cultura, la memòria històrica, les emergències i la protecció civil.

4.3. Suport institucional i protocol

La Regidoria dona suport al Gabinet d'Alcaldia en l'organització i preparació d'actes institucionals i en altres tasques vinculades al protocol de la Corporació.

5. Funcions de les unitats

5.1. Unitat de Premsa

La Unitat de Premsa assumeix principalment la comunicació institucional i corporativa. Les seves funcions s'agrupen en els àmbits següents:

Relació amb els mitjans

- redacció i distribució de notes de premsa, dossiers i convocatòries;
- atenció a les peticions d'informació;
- organització de declaracions, entrevistes i rodes de premsa;
- atenció presencial als mitjans en actes i situacions d'especial interès;
- tramesa de fotografies, vídeos i documentació;
- seguiment de la repercussió informativa.

Web, xarxes i missatgeria

- gestió i actualització dels continguts del portal web municipal;
- gestió de les xarxes corporatives Fem Castellar;
- producció i adaptació de textos, fotografies i vídeos;
- gestió dels canals municipals de WhatsApp i Telegram;
- elaboració del butlletí setmanal;
- gestió de pantalles informatives i altres portals municipals.

Agenda, campanyes i publicitat

- gestió de l'agenda d'activitats del municipi;
- preparació de suplementos i continguts d'agenda;
- participació en la planificació de campanyes;
- redacció de textos per a anuncis, cartells, publicacions, vídeos i presentacions;
- planificació i coordinació de la publicitat institucional.

Emergències, protocol i producció institucional

- coordinació de la comunicació en emergències, crisis i situacions sensibles;
- suport al protocol de la Corporació;
- redacció de discursos, cartes, articles i intervencions;
- preparació de presentacions i peces audiovisuals per a actes institucionals.

5.2. Unitat de Disseny Gràfic, Imatge Corporativa i Publicacions

Aquesta unitat vetlla per la coherència visual i assumeix la producció gràfica i audiovisual de les campanyes institucionals.

- gestió i aplicació de la identitat visual municipal;
- creació de la imatge de les campanyes de comunicació;
- disseny d'anuncis i creativitats per a suports impresos i digitals;
- producció de cartells, fullets, programes, díptics, tríptics i altres publicacions;
- adaptació de peces a formats verticals, quadrats i horitzontals;
- producció de vídeos institucionals, animacions i materials per a pantalles;
- direcció d'art dels mitjans municipals;
- creació i gestió de materials de promoció i marxandatge;
- suport visual i audiovisual als actes institucionals.

5.3. Unitat de Mitjans de Comunicació

La Unitat de Mitjans de Comunicació gestiona L'Actual, Ràdio Castellar, lactual.cat i les xarxes socials pròpies dels mitjans. La seva finalitat és explicar l'actualitat de la vila,

donar veu als diferents sectors i contribuir a la cohesió social mitjançant una informació professional, plural i de proximitat.

El model es basa en una redacció integrada, capaç de produir i adaptar continguts per a premsa escrita, ràdio, web, fotografia, vídeo i xarxes socials. Els mitjans municipals es regeixen pel Reglament dels mitjans de comunicació municipals.

5.4. Delimitació i coordinació de funcions

La separació de funcions no implica compartiments estancs. Les tres unitats comparteixen previsions, informació, calendaris, materials i necessitats de cobertura. La comunicació institucional pot facilitar informació als mitjans municipals, però aquests la tracten d'acord amb els seus criteris periodístics i el seu marc regulador.

6. Planificació, coordinació i validació

La comunicació municipal requereix anticipació, coordinació entre unitats i serveis, circuits de validació proporcionats i capacitat de resposta ràpida quan la situació ho exigeix.

6.1. Planificació

El Departament de Premsa manté una planificació periòdica per identificar actes, projectes i previsions informatives. Aquesta planificació permet establir prioritats i anticipar les necessitats de redacció, cobertura, disseny, vídeo, publicitat o protocol.

6.2. Coordinació amb regidories i serveis

Les regidories i els serveis aporten la informació tècnica i defineixen les necessitats de comunicació. La Regidoria de Comunicació analitza l'interès públic, els públics, els missatges, els calendaris i els canals més adequats. Les campanyes i projectes rellevants es preparen mitjançant reunions específiques de treball.

6.3. Coordinació entre Premsa i Imatge

Premsa i Imatge mantenen reunions periòdiques i utilitzen documents compartits de planificació setmanal. Aquests instruments recullen les necessitats de publicitat, creativitats, vídeos, pantalles, publicacions, xarxes i terminis de producció.

6.4. Coordinació amb els mitjans municipals

Les previsions i les informacions generades per l'Ajuntament es comparteixen amb els mitjans municipals. La relació es basa en la cooperació tècnica i en el respecte a la diferenciació entre la comunicació institucional i el tractament periodístic.

6.5. Circuit general de producció

1. Detecció o recepció de la necessitat informativa.
2. Recollida i contrast de la informació.
3. Definició dels públics, del missatge i dels canals.
4. Redacció o producció de les peces.

5. Revisió lingüística, tècnica i institucional.
6. Validació amb el servei o la regidoria responsable quan correspongui.
7. Publicació, distribució o cobertura.
8. Seguiment, correcció i arxiu.

6.6. Validació de continguts

Les notes de premsa i els continguts amb informació tècnica es contrasten habitualment amb els serveis responsables. Dins del Departament de Premsa, els textos es revisen entre professionals per comprovar l'exactitud, la claredat, la correcció lingüística, la coherència institucional i el respecte a la protecció de dades.

La validació ha de ser proporcionada. Una comunicació urgent necessita un circuit àgil; una nota complexa, una campanya o una informació sensible poden requerir més nivells de contrast.

6.7. Eines digitals i intel·ligència artificial

La Regidoria pot utilitzar eines digitals i d'intel·ligència artificial com a suport a la redacció, revisió, transcripció, resum, adaptació de formats, planificació i producció gràfica o audiovisual. L'ús d'aquestes eines ha d'estar sotmès a supervisió humana, verificació de dades, responsabilitat professional, confidencialitat, protecció de dades i respecte als drets d'autor.

7. Comunicació institucional i informació de servei

La comunicació institucional informa sobre l'activitat de l'Ajuntament i, sobretot, facilita continguts que poden tenir una incidència directa en la vida quotidiana de la població.

7.1. Tipologia de continguts

- serveis, equipaments i tràmits;
- projectes, obres i actuacions municipals;
- incidències a la via pública, mobilitat i subministraments;
- activitats culturals, esportives, educatives i ciutadanes;
- campanyes de prevenció i sensibilització;
- convocatòries, subvencions, ajuts i processos de participació;
- informació institucional i de protocol;
- emergències, alertes i restriccions;
- promoció de la vila, patrimoni i memòria local.

7.2. Criteris d'interès públic

La selecció de continguts es basa en la utilitat, l'actualitat, la rellevància, l'afectació sobre la ciutadania, la proximitat, el caràcter preventiu o de servei i la necessitat de facilitar l'accés a drets, prestacions, activitats o tràmits.

7.3. Adaptació multicanal

Una mateixa informació es pot desenvolupar en formats diferents. L'adaptació multicanal no consisteix només a reproduir un text, sinó a ajustar-ne l'extensió, la jerarquia, el

llenguatge, el format visual, el moment de publicació, la crida a l'acció i l'enllaç a la informació completa.

Exemple de seqüència

Una obra a la via pública pot generar una notícia web amb el detall de l'actuació, una nota de premsa, un post resumit, una story amb l'afectació immediata, un missatge de WhatsApp si hi ha canvis rellevants de mobilitat i una peça per a les pantalles informatives.

8. Relació amb els mitjans de comunicació

El Departament de Premsa facilita als professionals de la informació l'accés a dades, declaracions i materials d'interès públic, dins dels límits establerts per la normativa i la protecció dels drets de les persones.

8.1. Eines de relació

- notes de premsa i dossiers;
- convocatòries i avisos de premsa;
- rodes de premsa i atenció en actes;
- resposta a peticions informatives;
- organització d'entrevistes i declaracions;
- tramesa de fotografies, vídeos i documentació;
- seguiment de la repercussió informativa.

8.2. Notes de premsa

Les notes de premsa han de presentar la informació de manera clara, jerarquitzada i contrastada. Habitualment inclouen titular, subtítol quan és necessari, entradeta, cos informatiu, dades complementàries, declaracions, informació pràctica i enllaços.

8.3. Convocatòries

Les convocatòries han d'indicar l'objecte, la data, l'hora, el lloc, els participants, les possibilitats de fotografia o declaracions i les dades de contacte. Cal diferenciar una convocatòria de premsa d'una invitació institucional o d'un simple avís informatiu.

8.4. Criteris professionals

L'atenció als mitjans s'ha de regir per criteris d'igualtat, diligència, rigor i respecte.

9. Portal web municipal i agenda

El portal web municipal és el principal espai estable de consulta de la informació institucional i de servei. Les xarxes socials i els canals de missatgeria hi remeten habitualment per ampliar i conservar la informació.

9.1. Funcions del portal

- informació de serveis i equipaments;

- tràmits i gestions;
- notícies, avisos i destacats;
- agenda d'activitats;
- convocatòries, programes i campanyes;
- normativa, transparència i participació;
- directoris, contacte i informació sectorial.

9.2. Gestió dels continguts

El Departament de Premsa participa en la definició de l'arbre de continguts, la redacció i actualització de notícies, la publicació d'avisos, la gestió de destacats, el manteniment de continguts i la coordinació amb els serveis responsables.

9.3. Criteris d'actualització

Els continguts han de ser clars, accessibles, ordenats, vigents i fàcils de localitzar. Cal retirar, actualitzar o contextualitzar les informacions obsoletes, identificar les dates i facilitar els enllaços necessaris per completar una gestió o consulta.

9.4. Agenda institucional i agenda d'activitats

L'agenda institucional recull els actes vinculats a la representació municipal. L'agenda d'activitats integra propostes municipals i ciutadanes obertes al públic. La seva gestió inclou la recollida, revisió, validació, classificació, publicació i difusió multicanal de les activitats.

10. Mitjans municipals

Els mitjans municipals tenen una funció periodística, informativa i de proximitat diferenciada de la comunicació institucional.

10.1. L'Actual

L'Actual és el setmanari municipal d'informació local. Explica l'actualitat de Castellar del Vallès, dona cobertura a la vida ciutadana, associativa, cultural, esportiva, política i social, i incorpora continguts de servei i opinió d'acord amb el seu reglament i els criteris professionals.

10.2. Ràdio Castellar

Ràdio Castellar és l'emissora municipal i ofereix informació, programes de proximitat, continguts culturals i espais de participació vinculats a la realitat local. També pot exercir una funció rellevant en emergències, incidències o esdeveniments d'especial interès.

10.3. lactual.cat

lactual.cat és el portal digital dels mitjans municipals. Dona continuïtat diària a la informació, incorpora continguts multimèdia i complementa el setmanari i la ràdio.

10.4. Redacció integrada

La redacció integrada permet produir i adaptar continguts per a premsa escrita, ràdio, web, fotografia, vídeo i xarxes socials. El model afavoreix l'aprofitament de recursos i la coherència editorial, sense anul·lar les particularitats de cada mitjà.

10.5. El Consell Municipal de Comunicació

El Consell Municipal de Comunicació és l'òrgan municipal de participació, consulta i assessorament vinculat als mitjans de comunicació de titularitat municipal. Es va crear en el marc del model de comunicació impulsat a partir de 2007, amb l'objectiu de vetllar pel pluralisme, la neutralitat i la professionalitat dels mitjans municipals.

Les seves funcions, composició i funcionament estan regulats pel Reglament dels mitjans de comunicació municipals. Entre les seves funcions hi ha conèixer i valorar el funcionament dels mitjans, formular propostes i recomanacions i afavorir la participació dels diferents sectors representats.

11. Model de comunicació digital

Les xarxes socials, la missatgeria i els formats audiovisuals són peces centrals del model i no simples canals complementaris.

11.1. Objectius

- proporcionar informació de servei;
- difondre projectes i iniciatives municipals;
- facilitar la participació en activitats;
- donar visibilitat als serveis públics;
- atendre consultes i detectar necessitats;
- comunicar incidències i emergències;
- crear comunitat i reforçar el sentiment de pertinença;
- augmentar el coneixement del municipi;
- derivar trànsit cap al web municipal.

11.2. Públics

La planificació distingeix públics per tipologia, edat, interessos, hàbits de consum i relació amb el municipi. La ciutadania, les entitats, les empreses, els mitjans, la població jove, les famílies, la gent gran o les persones no residents poden requerir canals i llenguatges diferents.

11.3. Eixos de contingut

- informació de servei;
- iniciatives i projectes municipals;
- atenció i escolta ciutadana;
- difusió social, cultural i esportiva;
- marca de municipi i cohesió comunitària;
- millora interna, coordinació i avaluació dels canals.

12. Xarxes socials corporatives i sectorials

12.1. Instagram

Instagram és la principal xarxa social corporativa. S'utilitza per a informació institucional i de servei, promoció d'activitats, campanyes, avisos, emergències, vídeos breus, cobertura d'actes i continguts de marca de municipi. El seu creixement entre 2019 i 2026 reflecteix el canvi dels hàbits de consum i el pes dels formats visuals i mòbils.

12.2. Facebook

Facebook conserva una comunitat significativa, però funciona principalment com a canal de rèplica dels continguts d'Instagram. Permet arribar a públics que encara utilitzen habitualment aquesta plataforma, tot i que no concentra la producció de continguts específics.

12.3. X

X té un paper secundari. Bona part dels continguts són rèpliques, però es manté perquè resulta útil per seguir fonts oficials, serveis d'emergències, mobilitat, meteorologia i altres comptes institucionals. Aquesta funció de monitoratge és especialment rellevant durant incidències i emergències.

12.4. YouTube

YouTube funciona principalment com a repositori de vídeos institucionals: presentacions, entrevistes, peces de campanya, vídeos de serveis, actes, continguts històrics i enregistraments.

12.5. Comptes sectorials

Diversos serveis, equipaments i activitats disposen de comptes propis, especialment a Instagram. La seva existència s'ha de justificar per un públic específic, una capacitat real de generar continguts, la diferenciació respecte del compte corporatiu i la garantia de continuïtat i seguretat en la gestió.

12.6. Obertura, manteniment i tancament

L'obertura d'un nou compte ha de ser coordinada amb la Regidoria de Comunicació. Cal definir objectius, responsables, accessos, freqüència, imatge, criteris de resposta i pla de continuïtat. Els comptes inactius o redundants s'han de revisar, arxivar o tancar de manera ordenada.

13. Producció de continguts digitals i audiovisuals

Cada canal té un llenguatge, una durada i unes necessitats pròpies. La producció digital combina text, fotografia, vídeo, grafisme, àudio i elements interactius.

13.1. Publicacions

Les publicacions han de permetre entendre el missatge principal sense dependre exclusivament de l'enllaç. La primera frase ha de ser clara, la informació pràctica ha d'estar jerarquitzada i els recursos gràfics o emoticones han de tenir una funció real d'ordenació.

13.2. Stories

Les stories s'utilitzen per a recordatoris, informació immediata, cobertura d'actes, canvis d'última hora, avisos i derivació a continguts més amplis. Permeten una freqüència més alta i una comunicació de caràcter temporal.

13.3. Reels i vídeos breus

Els reels i vídeos breus permeten explicar serveis, esdeveniments i informacions de manera directa. Poden incorporar declaracions, imatges de recurs, text sobreimprès, veu en off, música, subtítols, crèdits i grafismes. Cal adaptar-los principalment al format vertical i garantir-ne la comprensió sense so.

13.4. Cobertura d'actes

La cobertura pot incloure fotografies, clips de vídeo, declaracions, stories, publicació final, reel resum, notícia web i nota de premsa. La intensitat dependrà de l'interès públic, la rellevància institucional, l'existència de novetats, la previsió d'assistència i els recursos disponibles.

13.5. Presentacions i peces per a actes

La comunicació també produeix presentacions, vídeos fotogràfics, cortines, projeccions, pantalles de fons i altres materials de suport per a actes institucionals, rodes de premsa i presentacions públiques.

13.6. Arxiu audiovisual

Les fotografies i vídeos s'han de classificar amb criteris que permetin identificar la data, l'activitat, l'autoria, les persones o espais, els drets d'ús, la versió final i els canals de publicació. L'arxiu és alhora una eina de treball i una part de la memòria visual del municipi.

14. Canals de missatgeria directa

14.1. WhatsApp

L'Ajuntament disposa de canals de WhatsApp (un de general i diversos de sectorials) per difondre informació general i un resum setmanal. S'utilitzen per a informació de servei, avisos, emergències, activitats, recordatoris i derivació al web.

14.2. Butlletí setmanal

El butlletí de WhatsApp es publica habitualment els divendres i selecciona les informacions i activitats més destacades. El format combina una introducció breu, titulars, síntesis, enllaços directes i un ús moderat d'emoticones.

14.3. Telegram

El canal de Telegram va néixer el març de 2020, a l'inici de la pandèmia. S'utilitza principalment per a avisos, emergències, informació de servei i comunicacions institucionals destacades.

14.4. Criteris generals

- utilitat i rellevància;
- brevetat;
- freqüència moderada;
- coherència amb el web i les xarxes;
- enllaç a la informació completa.

15. Campanyes de comunicació

Una campanya coordina diversos missatges, calendaris, canals i materials al voltant d'un projecte, servei, activitat o iniciativa municipal.

15.1. Elements de planificació

- objectius;
- públics;
- missatge principal;
- calendari;
- canals;
- materials necessaris;
- responsables;
- recursos i pressupost;
- cobertura i seguiment;
- indicadors d'avaluació.

15.2. Desplegament multicanal

Les campanyes poden incloure nota de premsa, notícia web, anuncis, continguts per a xarxes, stories, reels, cartells, fullets, programes, banderoles, pantalles, invitacions, butlletins, missatges, vídeos i materials per a actes.

15.3. Coordinació de la producció

La planificació ha de coordinar els terminis de redacció, disseny, producció, impressió, distribució, publicació i cobertura. Les campanyes de Nits d'Estiu, BRAM!, Festa Major o memòria històrica exemplifiquen aquest model multicanal.

15.4. Cicle d'una campanya

- Definició de l'encàrrec i dels objectius.
- Identificació dels públics i del missatge.
- Elecció de canals i formats.
- Elaboració del calendari i assignació de tasques.
- Producció i validació dels materials.
- Llançament i desplegament.
- Cobertura i resposta.
- Avaluació i arxiu.

16. Imatge corporativa i suports físics

La identitat visual garanteix que l'Ajuntament sigui recognoscible i que els diferents suports mantinguin una coherència gràfica.

16.1. Aplicacions

- logotips i identificadors;
- tipografies i colors;
- cartells, anuncis i publicacions;
- xarxes socials i vídeos;
- presentacions i materials de protocol;
- banderoles, senyalització i marxandatge;
- pantalles digitals.

16.2. Comunicació física

Els materials impresos continuen essent necessaris per arribar a públics que no segueixen habitualment els canals digitals i per donar visibilitat a activitats i serveis en l'espai públic o als equipaments.

16.3. Pantalles informatives

Les pantalles dels equipaments i espais d'atenció ciutadana permeten difondre avisos, agenda, campanyes i informació de servei. Els continguts han de ser breus, llegibles a distància, visualment clars i adaptats al temps d'exposició.

16.4. Manual d'identitat

Els criteris bàsics d'identitat visual publicats al web municipal són la referència per a l'ús del logotip i les aplicacions gràfiques disponibles. La Unitat d'Imatge resol les adaptacions i necessitats que no hi estiguin previstes.

17. Llenguatge, revisió i qualitat

17.1. Llenguatge clar

Els textos han de prioritzar la informació principal, evitar tecnicismes innecessaris, explicar sigles i ordenar les dades. Quan hi hagi una acció que la ciutadania hagi de fer, cal indicar amb claredat què, quan, on i com.

17.2. Llenguatge inclusiu i no sexista

La redacció ha d'evitar expressions discriminatòries i estereotips. Cal utilitzar formes inclusives que mantinguin la naturalitat i la llegibilitat, i tractar amb respecte la diversitat funcional, cultural, social i de gènere.

17.3. Adaptació al canal

Una nota de premsa pot desenvolupar antecedents, dades i declaracions; una publicació a Instagram ha de sintetitzar; una story ha de prioritzar la immediatesa; un avís d'emergència ha de donar instruccions directes; i una pantalla ha de ser llegible en pocs segons.

17.4. Accessibilitat audiovisual

Els vídeos han d'incorporar subtítols sempre que sigui possible. Els textos sobreimpressos han de tenir una mida, durada i contrast suficients. La informació essencial no ha de dependre exclusivament del so, del color o d'una imatge.

17.5. Revisió i correcció

La revisió inclou el contrast de dades, la correcció lingüística, la coherència institucional, l'adequació al públic i al canal, la protecció de dades i la comprovació dels enllaços, dates, horaris i noms propis.

18. Interacció i moderació

Les xarxes són canals de difusió i també espais d'escolta i relació amb la ciutadania.

18.1. Resposta

Les respostes han de ser respectuoses, verificades, proporcionades i emeses dins d'un termini raonable. Quan una qüestió requereixi una gestió formal o dades personals, s'ha de derivar als canals d'atenció ciutadana corresponents.

18.2. Escolta activa

El seguiment de comentaris, mencions i missatges permet detectar dubtes, incidències, necessitats informatives, rumors i percepcions sobre els serveis. Aquesta informació pot orientar noves publicacions o la millora d'un contingut existent.

18.3. Moderació

Es poden ocultar o eliminar continguts discriminatoris, amenaçadors, insultants, reiteradament ofensius, que vulnerin drets, publiquin dades personals o siguin manifestament aliens a l'objecte de la publicació.

18.4. Bloqueig i restriccions

El bloqueig d'un usuari ha de ser una mesura excepcional i proporcionada, vinculada a comportaments reiterats o greus.

19. Comunicació d'emergències i crisi

La comunicació d'emergències ha de ser ràpida, coordinada, clara, continuada i basada en fonts oficials.

19.1. Objectius

- informar de la situació;
- donar instruccions clares;
- reduir la incertesa;
- evitar rumors i desinformació;
- actualitzar els canvis;
- protegir les persones;
- informar de l'aixecament de les mesures i del tancament de l'emergència.

19.2. Informació mínima

Sempre que sigui possible, els missatges han d'explicar què passa, on passa, quines zones estan afectades, quines mesures s'han adoptat, què ha de fer la ciutadania, quina és la font i quan es preveu una nova actualització.

19.3. Coordinació

La informació es coordina amb Alcaldia, Policia Local, Protecció Civil, Bombers, Mossos d'Esquadra, SEM, serveis municipals i administracions supramunicipals. Cal identificar la font competent i evitar que els canals municipals avancin informació no confirmada.

19.4. Canals

- web municipal i avisos destacats;
- Instagram, posts, reels i stories;
- WhatsApp i Telegram;
- Facebook i X;
- notes de premsa i atenció als mitjans;
- L'Actual i Ràdio Castellar;
- declaracions institucionals i vídeos de portaveus.

19.5. Seqüència informativa

- Avís inicial amb la informació confirmada i les instruccions.
- Actualitzacions periòdiques, encara que no hi hagi canvis substancials quan el silenci pugui generar incertesa.
- Informació sobre mesures, restriccions, confinaments o afectacions.
- Declaracions de responsables polítics o tècnics quan aportin informació útil.
- Rectificació immediata dels errors.
- Comunicació del canvi d'estat, aixecament de mesures, control o extinció.
- Balanç i informació posterior.

19.6. Cas de referència: incendi de Sentmenat, juliol de 2026

La cobertura de l'incendi de Sentmenat va combinar avisos previs del Pla Alfa, informació sobre l'ES-Alert, vídeos de l'alcaldesa, actualitzacions del dispositiu, declaracions de Bombers, recordatoris de restriccions, informació sobre el desconfinament, reforç de la vigilància i comunicació de l'estabilització, control i extinció. Els missatges es van replicar i adaptar al web, Instagram, stories, WhatsApp, Telegram, notes de premsa i mitjans municipals.

19.7. Situacions d'alta sensibilitat

En accidents, morts, violència o emergències amb víctimes, cal evitar especulacions, identificacions prematures, dades personals, imatges invasives o informacions que puguin comprometre els operatius. La comunicació ha de ser especialment respectuosa amb les víctimes, les famílies i les persones afectades.

20. Drets, protecció de dades i propietat intel·lectual

20.1. Dades personals i drets d'imatge

Abans de publicar dades, fotografies o vídeos cal valorar l'interès públic, la finalitat, el context, el consentiment, la presència de menors, la situació de vulnerabilitat, el canal i el temps de permanència.

20.2. Menors i col·lectius vulnerables

La publicació d'imatges de menors requereix una protecció reforçada i l'aplicació dels consentiments o bases jurídiques corresponents. També cal extremar la prudència en serveis socials, salut, violència, policia, accidents i situacions de dol.

20.3. Propietat intel·lectual

L'Ajuntament ha de disposar de drets suficients per utilitzar fotografies, vídeos, música, il·lustracions, tipografies i altres continguts de tercers. Quan sigui necessari, cal identificar l'autoria, la llicència o la procedència.

20.4. Continguts generats amb intel·ligència artificial

Els continguts generats o modificats amb eines d'intel·ligència artificial s'han de revisar, verificar i utilitzar amb prudència. No s'han d'introduir dades confidencials en serveis no autoritzats ni presentar com a reals imatges o informacions que puguin induir a error.

21. Seguiment i avaluació

L'avaluació permet conèixer si les accions compleixen els objectius i ajuda a millorar els canals, els formats, la freqüència i l'assignació de recursos.

21.1. Indicadors quantitatius

- nombre de publicacions i peces produïdes;
- seguidors i subscripcions;
- abast, impressions i reproduccions;
- interaccions, clics i trànsit web;
- visualitzacions de vídeo i retenció;
- cobertura i presència als mitjans;
- assistència o participació quan sigui atribuïble a una campanya.

21.2. Indicadors qualitatius

- utilitat i comprensibilitat de la informació;
- qualitat de les respostes;
- percepció ciutadana;
- coherència de la campanya;

- detecció d'errors o dubtes recurrents;
- capacitat de facilitar l'accés a un servei o reduir la incertesa.

21.3. Interpretació

El nombre de seguidors no és, per si sol, un indicador suficient. Cal valorar si el contingut ha arribat al públic adequat, si ha generat una acció, si ha facilitat l'accés a un servei o si ha contribuït a gestionar una incidència.

22. Actualització i governança del model

Els principis de servei públic, rigor, pluralisme, claredat, accessibilitat i respecte als drets són estables. En canvi, les plataformes, els formats i els hàbits de consum evolucionen amb rapidesa.

El document s'ha de revisar quan es produeixin canvis rellevants en:

- l'organització o les funcions de la Regidoria;
- els canals i comptes municipals;
- la normativa o els reglaments;
- els protocols de seguretat, dades o emergències;
- les eines de producció i distribució;
- el model de relació amb la ciutadania.

La relació de canals i les dades d'audiència s'han de mantenir en annexos datats i actualitzables sense necessitat de reformular tot el document.

Annex 1. Canals i dades de referència

Dades de referència facilitades per la Regidoria de Comunicació. Data de tall: juliol de 2026.

Canal	Compte denominació	Ús principal	Dada referència de
Instagram	@femcastellar	Canal corporatiu principal; informació, servei, campanyes, vídeo i emergències	14.900 seguidors
Facebook	Fem Castellar	Rèplica principal d'Instagram i ampliació de públics	8.900 seguidors
X	@femcastellar	Rèplica i seguiment de fonts oficials i emergències	2.989 seguidors
YouTube	Fem Castellar	Repositori audiovisual institucional	506 subscriptors

Telegram	Castellar del Vallès	Avisos, informació de servei i emergències	1.167 seguidors
WhatsApp	Canal general	Informació general, avisos i emergències	1.677 seguidors
WhatsApp	Butlletí setmanal	Selecció de notícies i agenda, habitualment els divendres	689 seguidors

Comptes sectorials actius o de referència

- La Fàbrica
- Auditori Miquel Pont
- Biblioteca Antoni Tort
- Ludoteca Les 3 Moreres
- Escola Municipal de Música Torre Balada
- Consells d'Infants i Adolescents
- LAB Castellar
- BRAM! Mostra de Cinema

La relació de comptes s'ha de revisar periòdicament i comprovar si es troben en desús o no tenen activitat regular.

Annex 2. Evolució d'Instagram

L'evolució d'Instagram Fem Castellar mostra el canvi de centralitat de les xarxes corporatives i l'impacte de la pandèmia en la comunicació directa amb la ciutadania.

Entre desembre de 2019 i juliol de 2026, el perfil multiplica aproximadament per vuit la comunitat (passant de 1.900 a 14.900 seguidors). Aquesta dada s'ha d'interpretar juntament amb l'augment de la freqüència, la immediatesa, el vídeo i la cobertura d'emergències i activitats.

Annex 3. Exemples de desplegament multicanal

A. Campanya Nits d'Estiu 2026

La planificació inclou nota de premsa, anuncis periòdics a L'Actual, suplement, vídeos i creativitats per a xarxes, peces per a pantalla gegant i cartellera de l'Auditori, destacat web, cartells, banderoles i cobertura amb reels. La campanya general es complementa amb desplegaments específics per al Tast d'Estiu, FemFestival, sardanes i altres activitats.

B. BRAM! 2026

El dispositiu integra web municipal, web de l'Auditori, cartells, pantalles digitals, vídeos tràiler, peces per a l'entrada de públic, anuncis, suplement de L'Actual, invitacions,

xarxes socials, notes de premsa, butlletes de votació i materials per a presentacions i col·loquis.

C. Festa Major

La planificació de xarxes distribueix els continguts en el temps: presentació de la festa, programa al mòbil, medalla de la vila, Diada, concerts, accessibilitat, punts d'aigua, Punt Lila, carrers engalanats, recomanacions de seguretat, programacions diàries, mobilitat i continguts de cobertura.

D. Campanya de memòria històrica

La campanya de l'aniversari de l'alliberament de Mauthausen combina anuncis, nota de premsa, invitacions, cartells, destacat web, pantalles, promocions de xarxes, vídeos de testimonis i responsables, stories i cròniques de les activitats.

E. Emergència: incendi de Sentmenat

La cobertura es va desplegar durant diversos dies amb informació preventiva del Pla Alfa, primer avís de l'incendi, comunicació de l'ES-Alert, actualitzacions, vídeos institucionals i tècnics, cobertura del Comitè Municipal d'Emergències i del Centre de Comandament Avançat, recordatoris de restriccions, informació sobre vigilància, desconfinament, estabilització, control i extinció. La seqüència va combinar web, Instagram, stories, WhatsApp, Telegram, notes de premsa i mitjans municipals.

F. Butlletí setmanal de WhatsApp

El butlletí selecciona entre sis i vuit continguts de la setmana: notícies municipals, informació de servei, avisos, activitats i agenda. Cada entrada inclou una síntesi breu, un element destacat i l'enllaç al web. El format mostra la funció del web com a font completa i de WhatsApp com a canal de selecció i derivació.

Fonts i documents de referència

Documents públics

- [Reglament dels mitjans de comunicació municipals](#)
- [Criteris i recursos d'identitat visual municipal](#)
- [Informació de la Regidoria de Comunicació](#)
- [Àmbit de mitjans de comunicació](#)
- [Portal web municipal](#)
- [Portal d'actualitat L'Actual](#)
- [Reglament del Consell Municipal de Comunicació](#)