

# PLA DE COMUNICACIÓ

<i>CENTRE</i>	
<i>Nom</i>	<i>La Salle Reus</i>
<i>Codi de centre</i>	<i>43002417</i>
<i>Web</i>	<i><a href="https://reus.lasalle.cat">https://reus.lasalle.cat</a></i>

Data d'actualització

10/06/2023

Finançat per

## Històric de versions

DATA	AUTOR	OBSERVACIONS
10/06/2023	Laia Díaz	Redacció del Pla de comunicació del centre

## Taula de contingut

INTRODUCCIÓ .....	4
Qui som? .....	4
Comunitat educativa .....	4
Missió, Visió i Valors .....	5
Missió.....	5
Visió.....	5
Valors .....	5
Definicions .....	6
COMUNICACIÓ INTERNA .....	7
Objecte.....	7
Abast .....	7
Responsabilitats .....	7
Execució .....	8
COMUNICACIÓ EXTERNA.....	10
Objecte.....	10
Abast .....	10
Responsabilitats.....	10
Execució.....	11
Format dels comunicats i informacions .....	12
Guia d'usos de les xarxes socials .....	12
Twitter .....	13
Facebook .....	16
Instagram .....	17

## INTRODUCCIÓ

### Qui som?

La Salle Reus és, des de la seva fundació, un referent del món educatiu de la ciutat de Reus. En aquest centre eduquem per tal que cada alumne surti de l'escola dotat de tot allò que li cal per a viure com a persona.

Oferim una educació en valors que es caracteritza per una metodologia centrada en les necessitats de l'alumne, l'autonomia responsable i l'exigència personal. Tot plegat, respectant els ritmes i capacitats de cadascú i fent ús dels avenços tecnològics i mitjans didàctics més eficaços.

L'aprenentatge de les llengües estrangeres, la robòtica, la tecnologia, l'aprenentatge cooperatiu i el treball per projectes són la base d'una escola plenament oberta als nous reptes formatius.

La Salle Reus forma part d'una gran institució que té 25 centres educatius a Catalunya i està present a 80 països de tot el món.

Com totes escoles lasal·lianes, La Salle Reus ha anat evolucionat de la mà de la societat per tal d'estar al dia de les últimes innovacions pedagògiques i, així, donar resposta a les necessitats individuals de cada alumne, per tal d'ajudar-los a esdevenir persones felices, lliures i socialment compromeses.

Nivells d'ensenyament que imparteix l'escola:

- INFANTIL: 3 a 6 anys
- PRIMÀRIA: 6 a 12 anys
- SECUNDÀRIA: 12 a 16 anys
- BATXILLERAT: 16 a 18 anys

Els objectius prioritaris de La Salle Reus són els pedagògics, que impliquen donar un ensenyament de qualitat, i els socials, que comporten la creació d'un grup humà de pares, alumnes i professors integrats en un objectiu comú: la millora de la societat a partir del coneixement, la cultura i les relacions humanes.

### Comunitat educativa

La comunitat educativa de La Salle Reus està plenament compromesa en la formació de persones responsables, solidàries i justes, uns valors que es viuen dia rere dia a l'escola i que són transmesos a l'alumnat.

- Els **germans de La Salle** que han convertit aquestes parets en casa seva i transmeten aquesta sensació de caliu a tota la comunitat escolar.
- El **conjunt del professorat des de P3 fins a 2n de Batxillerat**, és un gran equip humà que educa els alumnes en coneixements i valors i que, a més, està en constant formació sobre les últimes innovacions pedagògiques.
- El **personal d'administració i serveis** sempre disposat a ajudar per tal de facilitar les relacions del dia a dia entre el centre i les famílies.
- Els **parens i mares dels alumnes** que han fet confiança en la institució i són una peça clau dins d'aquest gran engranatge que és La Salle Reus.

## Missió, Visió i Valors

### Missió

Fer de la nostra tasca educativa un referent en formació, associació i sentiment de pertinença entre els membres de la Comunitat Educativa. Encarem diverses realitats amb una identitat comuna perquè el nostre projecte s'adapti a l'entorn, a la societat i a les persones que el formen. Per això, fomentem una participació i atenció global, fluida i freqüent entre educadors i famílies per facilitar la seva implicació amb l'obra educativa.

### Visió

Considerem l'educació com una tasca col·lectiva i de servei social, una eina de transformació i millora. Per això, treballem en xarxa mantenint una relació estreta entre escoles i també amb el propi entorn social, cultural, econòmic i eclesial. El Caràcter Propi recull la nostra identitat, juntament amb la voluntat de servir a la infància, la joventut i la societat amb plena implicació de tota la comunitat educativa.

### Valors

Promovem una actitud positiva, lliure i decidida entre els nostres alumnes amb una proposta que es concreta en:

- La **responsabilitat** a l'hora de prendre decisions coherents amb els valors, les creences i la seva repercussió.
- La **creativitat** com a eina de creixement personal entre els infants i els joves per dotar-los d'autonomia i iniciativa.
- La **convivència** en un entorn multicultural és fonamental per assegurar el respecte a la diversitat, la participació, l'estima i la unió de grup

- Aprenem de la **justícia** per prendre consciència de la realitat social i les situacions de vulnerabilitat. Creiem en la solidaritat per aconseguir una societat més justa i fraternal.
- L'educació per a la **interioritat** ens duu a potenciar l'autoestima i l'expressió dels sentiments per incrementar l'empatia, l'autenticitat i la reflexió.
- Optem per la **transcendència** del poder transformador de la fe. Aplicat al model educatiu de l'Evangeli, ens posicionem com un centre Obert i compromès.

### Definicions

- **Pla de comunicació:** Estratègies de comunicació que permeten a través dels mitjans i suports adequats cobrir les necessitats de comunicació que presenten les persones i els grups que componen una organització.
- **Canals o suports:** instrument a través del qual es transmet el missatge.
- **Codi:** el llenguatge que s'utilitza en la comunicació.
- **Emissor:** persona que emet la informació.
- **Receptor:** persona o grup de persones a qui es dirigeix el missatge en un procés de comunicació.
- **Missatge:** expressió del contingut de la informació.
- **Comunicació:** procés de transmissió i recepció d'idees, informació i missatges.
- **Comunicació ascendent:** aquesta comunicació flueix des del professorat cap als caps d'estudis i continua ascendint segons la jerarquia de l'organització.
- **Comunicació creuada:** aquesta comunicació inclou el flux horitzontal d'informació entre persones de nivells organitzatius iguals o similars, i el flux diagonal entre persones en diferents nivells que no tenen relacions de dependència directa.
- **Comunicació descendent:** aquest tipus de comunicació flueix de les persones situades en els nivells més elevats de la jerarquia organitzativa cap a les que es troben en els nivells inferiors.
- **Comunicació formal:** és tota la informació fomentada per la direcció i que flueix pels canals formalment establerts.
- **Comunicació informal:** és la comunicació que sorgeix de forma espontània a causa de la interacció social entre els membres, per la qual cosa és tan variada, dinàmica i inconstant com les persones.
- **Comunicació externa:** és la comunicació que sorgeix de la pròpia escola destinada a altres organismes, institucions, etc.

## COMUNICACIÓ INTERNA

### Objecte

L'objecte d'aquest pla és dotar a LA SALLE REUS d'un sistema de comunicació que permeti difondre les informacions d'una manera sistemàtica, objectiva, fiable, bidireccional i comprensible.

### Abast

L'abast d'aquest procediment inclou totes les comunicacions internes que realitzi LA SALLE REUS.

### Responsabilitats

CÀRREC	RESPONSABILITATS
Director	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elabora el Procediment de Comunicació Interna.</li> </ul>
Equip directiu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assegura que s'usen les vies internes de comunicació assenyalades al Pla de Comunicació.</li> <li>• Avalua el Pla de Comunicació.</li> </ul>
Coordinador de qualitat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• S'encarrega de mantenir i actualitzar el procediment.</li> <li>• És el responsable d'emetre les informacions sobre Qualitat per al personal de LA SALLE REUS.</li> </ul>
Caps d'estudis i/o caps de departament	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Són els responsables d'emetre les informacions internes de la seva etapa, departament o grup de treball.</li> </ul>
Resta de personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• És responsable de participar activament en el sistema de la qualitat implantat, fent arribar els</li> </ul>

	<p>seus suggeriments i inquietuds al Coordinador de Qualitat mitjançant els canals de comunicació previstos.</p>
--	--

## Execució

1. Què es comunica?
  - a. Informació general de l'escola
  - b. Informació de les diferents etapes educatives
2. Qui comunica?
  - c. Equip Directiu
  - d. Caps d'estudis
  - e. Professorat
3. A qui es comunica?
  - f. Equip Directiu
  - g. Caps d'estudis
  - h. Professorat
  - i. PAS
  - j. Alumnat
4. Quan es comunica?
  - k. D'acord amb el calendari de les activitats programades a nivell general de l'escola o per etapes educatives
  - l. Segons les necessitats de comunicació
5. Com es comunica?
  - m. Per escrit:
    - i. Documents de l'escola
    - ii. Actes de reunions
    - iii. Circulars informatives
    - iv. Cartells
    - v. Informació institucional
  - n. Oral:
    - vi. Tot tipus de reunions
    - vii. Trucades telefòniques
    - viii. Telemàticament:
      - ix. Plataforma GIC
      - x. Correu electrònic

L'eficàcia de la comunicació s'avalua mitjançant l'enquesta de satisfacció dirigida al professorat, les famílies i l'alumnat.





## COMUNICACIÓ EXTERNA

### Objecte

L'objecte d'aquest pla és dotar a LA SALLE REUS d'un sistema de comunicació externa, descriure els canals pels quals es fa la comunicació i les seves característiques.

### Abast

Aquest procediment és d'aplicació a totes les comunicacions externes de LA SALLE REUS.

### Responsabilitats

CÀRREC	RESPONSABILITATS
Director	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elabora el Procediment de Comunicació Externa.</li> <li>• Revisa el contingut de la web de l'escola.</li> <li>• Realitza comunicacions amb institucions, organismes i entitats.</li> </ul>
Equip directiu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assegura que s'usen les vies de comunicació assenyalades al Pla de Comunicació.</li> <li>• Avalua el Pla de Comunicació.</li> </ul>
Coordinador de qualitat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• S'encarrega de mantenir i actualitzar el procediment.</li> <li>• És el responsable d'establir la comunicació amb els organismes relacionats amb Qualitat.</li> </ul>
Coordinador TIC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• És el responsable de l'enviament de tota la comunicació que es trameta telemàticament.</li> </ul>

Caps d'estudis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Són els responsables de realitzar la comunicació amb les famílies i organismes relacionats amb la seva àrea de competència.</li> </ul>
Tutors i/o professorat	<ul style="list-style-type: none"> <li>Són els responsables de la comunicació amb les famílies pel que fa les tasques de tutoria. En el cas del professorat, tot el relacionat amb la tasca docent i educativa.</li> <li>Són els responsable de la comunicació amb institucions culturals i de suport al procés d'ensenyament aprenentatge.</li> </ul>
Administració	<ul style="list-style-type: none"> <li>És el responsable de la comunicació amb els proveïdors, entitats comercials i famílies que demanen informació relacionada amb la seva àrea de competència.</li> </ul>
Secretaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>És el responsable de la comunicació amb organismes educatius, les famílies i exalumnes que demanen informació relacionada amb la seva àrea de competència.</li> </ul>
Recepció	<ul style="list-style-type: none"> <li>És el responsable d'atendre les trucades telefòniques externes.</li> </ul>

### Execució

2. Què es comunica?
  - a. Informació general de l'escola
  - b. Informació de les diferents etapes educatives
  - c. Informació dels diferents grups i/o entitats vinculades a l'escola (AMPA, clubs esportius i agrupament escolta)
3. Qui comunica?
  - a. Direcció
  - b. Equip Directiu
  - c. Caps d'estudis
  - d. Professorat
  - e. PAS

- f. Grups i/o entitats vinculades a l'escola
- 4. A qui es comunica?
  - a. A les famílies (actuals i futures)
  - b. Departament d'Educació
  - c. Organismes oficials i institucions diverses
  - d. Mitjans de comunicació
- 5. Quan es comunica?
  - a. D'acord amb el calendari de les activitats programades a nivell general de l'escola o per etapes educatives
  - b. Segons les necessitats de comunicació
- 6. Com es comunica?
  - a. Per escrit:
    - i. Correu postal
    - ii. Agenda de l'alumnat
    - iii. Circulars informatives
  - b. Oralment:
    - i. Entrevistes
    - ii. Trucades telefòniques
    - iii. Atenció a administració, secretaria i recepció
  - c. Telemàticament:
    - i. Pàgina web de l'escola
    - ii. Correu electrònic
    - iii. FAX
    - iv. Xarxes socials
    - v. Circulars informatives

L'eficàcia de la comunicació s'avalua mitjançant l'enquesta de satisfacció dirigida a les famílies.

## **Format dels comunicats i informacions**

En tots els comunicats escrits constarà en el encapçalament el logo de LA SALLE REUS i al peu de pàgina l'adreça el logotip de la certificació en la norma ISO 9001:2008 i la identificació de l'Escola: adreça, telèfon, fax, web i correu electrònic.

La llengua habitual de comunicació és el català.

## **Guia d'usos de les xarxes socials**

L'ús de xarxes socials facilita la participació i implicació de la ciutadania i altres actors a l'escola i complementen els canals de comunicació bidireccional del col·legi (atenció telefònica,

presencial...). Al mateix temps que el web de La Salle Reus serveix per oferir informació actualitzada, les xarxes socials:

- Proporcionen respostes immediates a les persones usuàries, però aquí la informació oferta és útil també a altres persones amb la mateixa situació (es guanya temps i recursos, tal com succeeix en el canal web en general). Tot això d'una manera més propera, ja que estem en el context personal de l'usuari.
- Redirigeixen la gent cap al web corporatiu (o cap a un recurs acordat que tingui tant crèdit com la informació generada pels canals oficials) per ampliar la informació oficial.
- Faciliten la creació de xarxes temàtiques d'usuaris que, al seu torn, produeixen coneixement fonamental i complementari perquè l'organització conegui els interessos i la informació que generen aquestes xarxes i els puguin tenir en compte.

A l'hora d'interaccionar amb les famílies, cal fer-ho sempre amb un to d'acord amb els valors compartits de La Salle i tots els seus professionals:

- Obertura i transparència: cal mostrar tal com és l'organització, amb naturalitat i amb voluntat de servei.
- Interdependència (corresponsabilitat): saber qui es representa i cap a qui, com i on relacionar-se.
- Integritat (servei públic): la comunicació i atenció a través de les xarxes socials ha de ser tan eficaç o més del que ho és la presencial. Convé mostrar en tot moment una predisposició a escoltar i ajudar a l'interlocutor, en tot el que sigui possible, i oferir solucions als dubtes i consultes.
- Accessibilitat: vetllar per unes xarxes socials inclusives on les persones usuàries amb alguna discapacitat puguin accedir als missatges que es transmeten.

## **Twitter**

Twitter és una plataforma de micromissatgeria que permet publicar missatges de text curts (fins a 140 caràcters) i conversar amb els altres usuaris per mitjà de navegadors web o a través de clients d'escriptori i de telefonia mòbil. La conversa és oberta a Internet (encara que es poden protegir les converses d'un compte perquè només les puguin veure els seus seguidors) i s'hi construeixen xarxes socials a partir del seguiment dels usuaris que ens interessin.

És una eina idònia per comunicar nous serveis, per referenciar informacions diverses (d'agenda, emergències, noves publicacions...) i per retransmetre esdeveniments, però també és una eina per dialogar i col·laborar. En aquest sentit, els perfils de Twitter de La Salle Reus han d'afavorir la conversa i interaccionar amb els usuaris.

### **Gestió del compte:**

La gestió del compte de Twitter de La Salle Reus depèn directament de la persona responsable del Departament de Comunicació de la institució qui, en cas que sigui necessari, podrà permetre

l'accés a alguna altra persona sempre i quan aquesta tingui autorització per part de la Direcció del centre.

### **Aspectes de presentació:**

#### Personalització del compte

- El nom del compte no es pot modificar i serà sempre @sallereus.
- La imatge de l'avatar del perfil serà l'estrella que identifica el logotip de les escoles La Salle.
- El web de referència ha de ser el de la pròpia escola.
- La localització ha de ser Reus.
- Imatge de capçalera: Twitter permet personalitzar el perfil amb una capçalera de 1200 x 600 visible des del web del perfil. Com en el cas de Facebook, es recomana que aquesta imatge sigui conceptual, relacionada amb l'àmbit d'actuació i sense missatges publicitaris.

#### Usos lingüístics

Els tuits es redacten majoritàriament en català, la llengua comuna i pròpia. També se'n poden redactar de forma eventual en castellà i en anglès, segons el tipus de continguts de què es tracti. Pel que fa als retuits, es respectarà la llengua en què han estat escrits originàriament.

#### Estructura de la piulada

Els tuits es componen d'un text (a mode de titular), preferentment d'un enllaç escurçat i a més, sempre que es pugui, d'una etiqueta (hashtag) introduïda pel símbol #. Pel que fa al text, cal que la informació sigui sintètica, rigorosa i concisa. Per això, és important adjuntar-hi un enllaç si escau, ja que, d'aquesta manera, s'ofereix als usuaris la possibilitat d'ampliar el contingut.

Atesa la limitació de 140 caràcters, si s'han de reflectir dies de la setmana i dates es recomana fer servir el format abreujat.

- Dies de la setmana: dl., dt., dc., dj., dv., ds. i dg.
- Dates: dia (en número) - mes (en número)

Per raons d'economia d'espai es poden escriure les abreviatures sense punt.

#### Enllaços

Els enllaços aporten valor afegit al tuit. Cal llegir bé els textos que s'enllacen i assegurar-se que la font és fiable. Si es tracta de llocs web, cal buscar-ne les persones que l'han creat i veure si se'ls pot donar crèdit. En general, cal evitar enllaçar blocs personals, tret d'aquelles informacions que són rellevants pel contingut i no pas per l'opinió de la persona blocaire.

#### Etiquetes (hashtags)

L'etiqueta anuncia la temàtica del tuit i s'han d'usar les que ja es fan servir a Twitter. La manera de saber si una etiqueta està en ús és escriure-la al buscador de Twitter [search.twitter.com](https://search.twitter.com) i així es pot esbrinar si està en ús o no.

L'etiqueta ha de ser curta.

L'ús d'etiquetes permet classificar la informació d'una manera àgil; així, els usuaris poden cercar i filtrar contingut a partir de les etiquetes. A més a més, són un indicador dels temes de més actualitat a Twitter.

### Retuits (RT)

Els retuits són tuits d'altres persones usuàries que tornen a publicar per col·laborar a la conversa. Perquè els altres usuaris puguin retuitejar-los, els tuits han de tenir uns 125-130 caràcters com a màxim (segons la llargada del nom del perfil).

Continguts d'interès per retuitejar:

- Que vinguin de fonts de confiança (poden ser institucions o individus experts en l'eix temàtic del compte de Twitter).
- Provenents d'usuaris que tinguin reconegut prestigi.
- Informacions oficials.

No és recomanable retuitejar automàticament a través d'una paraula clau. El volum de retuits no ha de superar el de tuits de producció pròpia. Inicialment, es pot considerar acceptable un equilibri entre les dues modalitats de publicació, sobretot per l'objectiu inicial de construir xarxa.

### **Continguts:**

És important establir uns canals interns de provisió de continguts i informar les unitats directives que hi ha aquesta eina per comunicar de forma immediata esdeveniments, novetats, consultes, emergències, etc. Això no obstant, les persones encarregades de gestionar el perfil de Twitter s'han de responsabilitzar dels continguts que publiquen al perfil, de les converses que se'n deriven i de retuitejar els continguts que es considerin rellevants.

Per mantenir la xarxa social de Twitter, hi ha d'haver activitat de manera continuada sense fer-ne un ús abusiu. En circumstàncies normals es considera que es poden fer d'1 a 5 tuits diaris.

És recomanable gestionar els continguts, els comentaris i les respostes de manera manual. A més, permet depurar possibles usuaris o contingut brossa (*spam*).

### Tipus de continguts

- Nous apunts (posts) a la web corporativa.
- Publicació de nous vídeos, fotos, presentacions, etc. als repositoris d'Internet.
- Novetats del web, noves seccions, publicacions.

## **Facebook**

Facebook és una plataforma social per comunicar i compartir entre usuaris, informació, fotografies, vídeos i enllaços. A més, els usuaris poden participar a les comunitats que els interessin. D'altra banda, hi ha un conjunt d'aplicacions que complementen les funcionalitats bàsiques de Facebook i que aporten un ventall nou de funcions, tant lúdiques com professionals.

Facebook és una de les xarxes socials més conegudes arreu del món i amb més usuaris actius. En aquest sentit, és una plataforma adient per adreçar informació a una audiència àmplia.

### **Gestió del compte:**

La gestió del perfil de Facebook de La Salle Reus depèn directament de la persona responsable del Departament de Comunicació de la institució qui, en cas que sigui necessari, podrà permetre l'accés a alguna altra persona sempre i quan aquesta tingui autorització per part de la Direcció del centre.

### **Aspectes de presentació:**

Imatge de capçalera: les pàgines de Facebook es poden personalitzar amb una imatge que encaixi conceptualment amb el servei, departament o marca. La imatge escollida s'ha de pujar a Facebook amb les dimensions amb què es publica: 851px d'ample per 315px d'alt.

### **Continguts:**

- Es recomana publicar una mitjana d'entre un i tres missatges diaris a Facebook, però dependrà del tipus d'activitat del compte.
- A Facebook es publiquen informacions procedents preferentment de fonts pròpies:
- Publicació de nous vídeos, fotos, presentacions, etc. als repositoris d'internet.
- Novetats del web, noves seccions, publicacions.
- Informació de servei i actualitat de l'organisme.
- Continguts amb gran impacte visual, imatges, infografies i vídeos.
- Quan se citi un organisme, departament, marca o servei amb pàgina pròpia a Facebook, caldrà referenciar. Exemple: @lasallecat.
- Cal evitar la publicació automàtica de tuits a Facebook, ja que la naturalesa de les dues eines és diferent. A Twitter es fan servir etiquetes i se cita sovint a altres usuaris, de manera que, si se'n sindiqués el contingut, podria quedar descontextualitzat.
- Notícia destacada. Facebook ofereix la possibilitat de destacar continguts al capdamunt del mur de la pàgina amb l'opció Fixar-ho al capdamunt, a la qual s'accedeix a través de la icona de la part dreta de cada contingut publicat.

### Usos lingüístics



Les publicacions es redacten majoritàriament en català, la llengua comuna i pròpia. També se'n poden redactar de forma eventual en castellà i en anglès, segons el tipus de continguts de què es tracti. Pel que fa als retuits, es respectarà la llengua en què han estat escrits originàriament.

### **Instagram**

Amb Instagram, els usuaris poden publicar, veure i compartir imatges i vídeos. Per la seva facilitat d'ús, es considera la principal plataforma on compartir imatges. Els joves són els principals usuaris d'aquesta eina.

Les publicacions a Instagram (fotos, vídeos, retransmissions en directe...) poden fer-se en el mur del propi perfil o bé en format història (story). La particularitat d'aquest format complementari a l'original és que difon un contingut efímer i fresc que desapareix al cap de 24 hores. Part de l'èxit de les històries prové especialment de les funcionalitats interactives que ofereix: filtres fotogràfics, diferents tipografies i colors del text, gifs, enquestes, música, mencions, etc. Es recomana, però, no fer un ús abusiu d'aquestes opcions per no saturar ni treure valor al contingut de base. En el cas de voler conservar el registre d'històries publicades, Instagram permet desar-les com a destacades en el perfil.

#### **Gestió del compte:**

La gestió del compte d'Instagram de La Salle Reus depèn directament de la persona responsable del Departament de Comunicació de la institució qui, en cas que sigui necessari, podrà permetre l'accés a alguna altra persona sempre i quan aquesta tingui autorització per part de la Direcció del centre.

#### **Continguts:**

Es recomana que les imatges publicades a Instagram siguin visualment atractives i amb to marcadament emocional. Es recomana publicar imatges amb bona resolució acompanyades d'un text i etiquetes. S'aconsella publicar continguts de manera regular i evitar la saturació.

#### Usos lingüístics

Les publicacions es redacten majoritàriament en català, la llengua comuna i pròpia. També se'n poden redactar de forma eventual en castellà i en anglès, segons el tipus de continguts de què es tracti. Pel que fa als retuits, es respectarà la llengua en què han estat escrits originàriament.

