

II. LES XARXES SOCIALS

Des del punt de vista de la comunicació corporativa, les xarxes socials es defineixen com a plataformes digitals de comunicació global entre organitzacions i usuaris. En aquest àmbit, les xarxes socials són, per tant, un espai de comunicació i difusió d'activitats, esdeveniments i notícies. En cap cas, però, no substitueixen la informació que s'ofereix en els webs oficials i en altres suports informatius, sinó que la complementen o l'anticipen.

Actualment, les xarxes socials amb més pes són Facebook, Twitter i Instagram, però n'hi ha moltes altres: YouTube, LinkedIn, Google+, Pinterest, Flickr, Tumblr... Convé escollir el canal més adequat segons els objectius, el contingut de què es vol informar o el tipus de públic diana.

1. ESTIL COMUNICATIU

En la redacció de les comunicacions i els missatges institucionals a les xarxes socials s'han d'aplicar els criteris que estableix el LLIBRE D'ESTIL en la part primera («La redacció dels texts»). Per tant, el model de llengua en aquests canals de comunicació ha de ser formal i precís, clar, concís i neutre.

Pel que fa als estrangerismes, tan habituals a les xarxes socials, convé evitar-los i substituir-los per la forma catalana corresponent, si n'hi ha.

A més, cal tenir en compte els criteris propis que s'esmenten a continuació, que, si és necessari, s'han d'adaptar a les característiques específiques de cada plataforma.

2. PERSONA VERBAL

2.1. Emissor

En les comunicacions i les informacions que es difonen per les xarxes socials, l'emissor es pot expressar en 3a persona del singular o del plural, segons el cas, en 1a persona del plural o en forma impersonal.

EXEMPLE 1

L'Escola d'Art i Superior de Disseny de les Illes Balears ha presentat avui el Màster en Disseny Responsable en Entorns Turístics. Es tracta del primer màster en ensenyaments artístics que s'impartirà a les Illes Balears.

Avui hem presentat el Màster en Disseny Responsable en Entorns Turístics. Es tracta del primer màster en ensenyaments artístics que s'impartirà a les Illes Balears.

Avui s'ha presentat el Màster en Disseny Responsable en Entorns Turístics. Es tracta del primer màster en ensenyaments artístics que s'impartirà a les Illes Balears.

EXEMPLE 2

El pròxim dissabte 8 de juliol vine a conèixer les ratapinyades!

Coneixerem un poc millor el món d'aquests mamífers voladors de la mà d'un expert en ratapinyades. Muntarem caixes niu per donar-los refugi i en revisarem d'altres anys per saber si han estat aprofitades. Potser en podem veure alguna que dorm...

2.2. Destinatari

El tractament més habitual del destinatari en els missatges de les xarxes socials és el de la 2a persona del singular (*tu*), perquè és el més directe i proper.

EXEMPLE 1

Cada dimecres de juliol pots apuntar-te a les visites guiades a peu, centrades en la importància de la biodiversitat de s'Albufera i els seus valors etnològics i històrics.

EXEMPLE 2

Vols fer una residència artística a Lisboa? Demà s'obre el termini per presentar propostes!

Això no obstant, també és possible fer servir la 2a persona del plural (*vós*) si es vol remarcar el caràcter plural del destinatari o si es vol reflectir un to de formalitat més alt.

EXEMPLE 1

Si aquest estiu voleu practicar la conversa en català, recordau que l'Institut d'Estudis Baleàrics ofereix tallers de conversa els mesos de juliol i agost.

EXEMPLE 2

Us convidam a l'acte de cloenda dels cursos de la convocatòria de 2018.

EXEMPLE 3

Ja podeu demanar les ajudes per a estudiants per al curs 2018-2019.

El termini acaba el pròxim 1 d'agost, inclòs.

3. CRITERIS DE REDACCIÓ

Llevat de les xarxes socials en què el nombre de caràcters és limitat (Twitter, per exemple), és recomanable fer servir frases amb un verb en forma personal, senzilles i curtes, que sintetitzin el missatge, que ha de ser al més directe possible.

S'ha publicat la convocatòria del procediment per formar part de les borses de personal funcionari interí de policia local.

També és possible, però, fer servir construccions nominals i de participi, encara que no se n'ha d'abusar.

Publicació de la convocatòria del procediment per formar part de les borses de personal funcionari interí de policia local.

Publicada la convocatòria del procediment per formar part de les borses de personal funcionari interí de policia local.

En general, convé evitar els texts massa llargs, encara que la xarxa social no limiti el nombre de caràcters.

A les xarxes socials en què el nombre de caràcters és limitat, no s'han d'elidir preposicions, articles ni conjuncions, ni s'han de fer servir caràcters per substituir paraules o parts de paraules.

pq [*per* 'perquè']

És el + important [*per* 'És el més important']

4. CONVENCIONS

Pel que fa al tipus de lletra, les plataformes de les xarxes socials no permeten usar la cursiva, la negreta ni la versaleta. En cap cas, no s'ha de substituir l'ús de la negreta ni de la versaleta (amb funcions de remarca) per les majúscules. En els casos en què el LLIBRE D'ESTIL fixa l'ús de la cursiva, s'hi han de fer servir les cometes, preferentment les baixes, llevat que el dispositiu des del qual es redacti el text o la plataforma no les incloguin.

Pel que fa a les abreviatures i les sigles, no se n'ha d'abusar i, si hi ha espai, s'han de desplegar en el text. S'han de fer servir sempre únicament les formes fixades i no se n'han de crear de noves.

5. ETIQUETES I MENCIONS

L'etiqueta # (*hashtag*) enuncia la temàtica de la publicació. Si s'ha de crear una etiqueta (Facebook, Twitter o Instagram), ha de ser breu i clara, i s'ha d'escriure d'acord amb les regles ortogràfiques que corresponguin.

Anima't a provar la formació professional. T'hi pots inscriure fins al 30 de juny!
#HistòriesFP

#recerca Cova sa Piqueta #Manacor Al llarg del dia d'ahir el grup de psicòlegs d'emergències va donar suport a familiars i amics de Xisco Gràcia @COPIB

6. EMOTICONES

Atès el seu caràcter institucional, en les comunicacions i les informacions a les xarxes socials del Govern de les Illes Balears no s'hi han d'incloure emoticones.