

## Red de Municipios por la Agroecología | Consejo de Organizaciones Sociales (COS)

**Sesión del 06/03/25, on line, de 12 a 13:30 h**

El acta de la anterior reunión, celebrada el 4 de febrero de 2025, está disponible en la [página del COS en el sitio web de la Red de Municipios por la Agroecología](#) y se puede consultar o descargar en este enlace:

[https://www.municipiosagroeco.red/wp-content/uploads/2025/02/20250204\\_ReunionCOS\\_RMae\\_Acta.pdf](https://www.municipiosagroeco.red/wp-content/uploads/2025/02/20250204_ReunionCOS_RMae_Acta.pdf)

### Asistentes

Esta convocatoria se dedicó íntegramente, como se había acordado previamente, a una sesión de formación sobre comunicación digital y redes sociales impartida por La Intersección. Por este motivo, se unieron a la sesión algunas personas de los equipos de las entidades del COS con responsabilidad en cuestiones de comunicación.

Las personas participantes fueron éstas:

<b>Abel Esteban</b>	Garúa S. Coop
<b>Alba Remolar Franch</b>	Fundació Novessendes
<b>David Lopategi</b>	BIZILUR
<b>Esther Lorenzo Montero</b>	Fundación Entretantos
<b>Eva Ortega Laina</b>	Garúa
<b>Garbiñe Angulo</b>	Sagarrak Ekologista Taldea
<b>Gemma Casado Cetina</b>	ECODES
<b>Genaro Delgado</b>	Plataforma COME PÚBLICA
<b>Helena Pariente</b>	Garua S.Coop.
<b>Javier Arinero</b>	Fundación Entretantos
<b>Javier García</b>	Secretaría Técnica RMAe
<b>Jon Zuazo</b>	Mensa Cívica
<b>Julia del Valle</b>	Germinando S.Coop.
<b>María de Celis García</b>	Fundación EDES/Finca El Cabillón
<b>María Martínez</b>	Fundació Espigoladors
<b>Marian Simón</b>	Madrid Agroecológico
<b>Marta R. Román</b>	Germinando S.Coop.
<b>Nello Schisano</b>	Mundubat
<b>Olga Conde</b>	Plataforma por la Huerta de Zaragoza
<b>Paola Hernández</b>	Mensa Cívica
<b>Sara Serrano Latorre</b>	SEAE (Sociedad Española de Agricultura Ecológica y Agroecología)
<b>Zaida Yáñez</b>	Plataforma por la Huerta de Zaragoza

## Contenidos

Esta convocatoria se dedicó íntegramente, como se había acordado previamente, a desarrollar una sesión de formación sobre comunicación digital y redes sociales impartida por Marta G. Franco, de [La Intersección](#).

La sesión se desarrolló en torno a estos contenidos:

1. Panorama de las redes sociales mayoritarias
2. Pistas para conseguir más alcance en Instagram
3. Redes sociales emergentes: Bluesky y Mastodon
4. Comunidades donde no hay algoritmos
5. Propuestas estratégicas para lo que viene

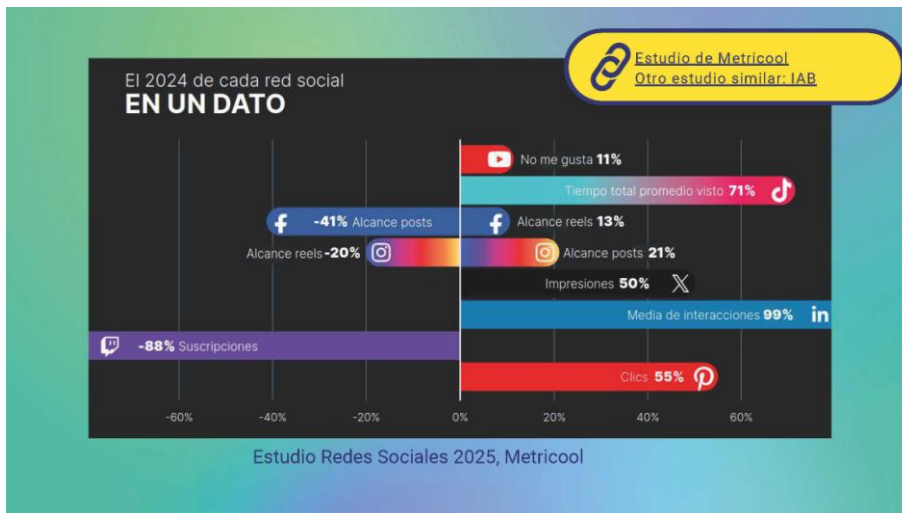
El enlace en el que se puede acceder a la presentación utilizada para la sesión es éste:

[https://drive.google.com/file/d/1po4kAAI3FC7gPUjINwSV0lyOhmcmICPe/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1po4kAAI3FC7gPUjINwSV0lyOhmcmICPe/view?usp=drive_link)

El enlace en el que se puede acceder a la presentación en video de la sesión [solo para entidades miembro del COS] es éste:

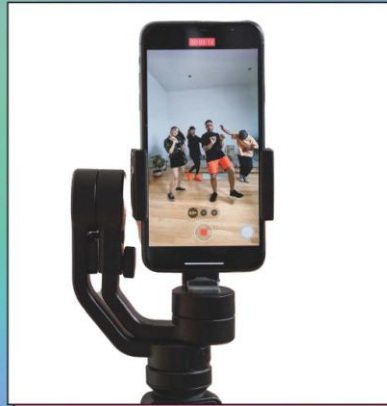
[https://drive.google.com/file/d/1ia5POELYTuu4FcSGhq2YG5\\_20P3ndHtS/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1ia5POELYTuu4FcSGhq2YG5_20P3ndHtS/view?usp=drive_link)

A continuación se recogen algunas de las aportaciones realizadas en la presentación:



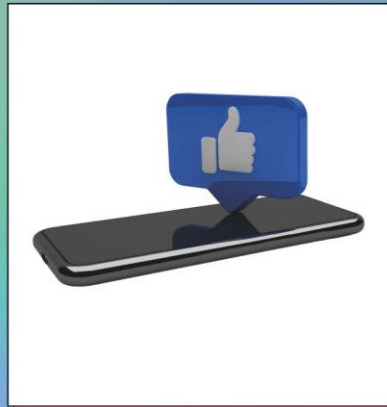
## TikTok: La nueva televisión

- 18 millones de usuarias en España, no todas tan jóvenes
- Alta competencia y muy exigente en la creación de contenidos
- El algoritmo excluye el "contenido político" (con términos políticos explícitos)



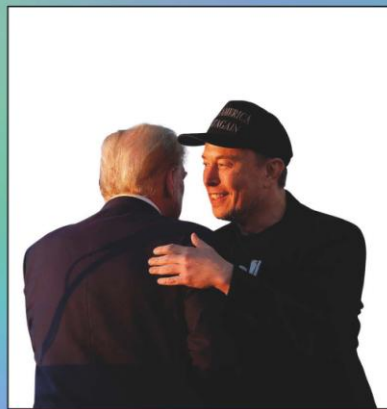
## Facebook: Caída y nicho

- Sigue siendo la plataforma más conocida y con más usuarias, pero ya no se conectan
- El último reducto de Facebook: las comunidades que resisten en grupos (temáticos o territorializados)



## X: Ya no es lo que era Twitter

- Su valor residía en la alta concentración de periodistas, políticos y personas receptivas a contenidos sociales
- Al convertirse en una herramienta partidaria deja de ser un valiosa
- Sobrevive por inercia, podemos excluirla para estrategias futuras



## LikedIn: ¿Una forma de reconectar?

- Usuario medio: hombre (48,8%), de 25 a 34 años (55,2%)
- Su crecimiento no se ha estancado
- Tendencia: comentar noticias fuera del entorno profesional (pero "correcto")
- Demanda inversión publicitaria o mucha conversación personal



## Instagram: la más generalista

- El reto de contar cuestiones complejas con lenguaje visual y entre anuncios
- Quiere ser TikTok: premia los reels
- Cambio en las políticas de moderación: ¿aumentará la toxicidad?



[«Qué ha cambiado en Meta y qué podemos hacer al respecto»](#)

## Bluesky: será la nueva Twitter

- 32,7 millones de usuarias (50% en EE UU, 4% en España)
- Hay algoritmos, pero son configurables
- Riesgo de 'enshitification': no es descentralizada y se financia con capital de riesgo



[Sobre el modelo empresarial y la centralización de Bluesky](#)

## La alternativa en marcha: Mastodon



«Vámonos juntas»: campaña para migrar colectivamente

### Mastodon es software libre para redes sociales

- En 2016, Eugen Rochko comenzó a programar Mastodon porque le preocupaba que una herramienta tan relevante como Twitter estuviera en manos de una corporación
- La lanzó como software libre. Montó una empresa sin ánimo de lucro para viabilizar la idea (actualmente, fundación)



Mastodon puede vivir en cualquier servidor. La empresa mantiene el servidor mastodon.social

## El fediverso \*\*

### El universo de servidores conectados por ActivityPub

- Además de Mastodon, Pixelfed para publicar fotos, PeerTube para vídeo, Bookwyrn para reseñar libros, WordPress para blogs...
- Quien administra cada servidor decide sus reglas, política de privacidad, mecanismos de moderación de contenido y cómo se toman las decisiones.
- Nos permite recuperar la internet descentralizada, con colaboración entre entidades públicas, privadas y ciudadanas.



## Webs: el archivo que no debemos olvidar

- Mantener memoria de todo lo que hacemos: en la web antes y mejor que en las redes.
- Mejorar la usabilidad de nuestras webs debería ser prioritario.



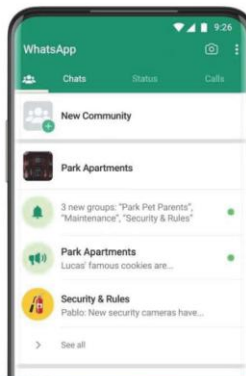
## Newsletters: refugio calmado

- Oportunidad para mensajes memorables y conectar con públicos especializados.
- Permite cuidar la relación con quienes ya nos conocen (por ejemplo, con exclusividad o ampliación de contenidos)
- Sesgo de edad



## WhatsApp: la apuesta segura

- El 93,4% de las usuarias de internet en España usan WhatsApp (CNMC, mayo de 2024)
- Comunidades: grupos + listas de difusión
- Podemos enviar mensajes preparados para reenviar (pidiendo reenvío expresamente)



## Las redes sociales mayoritarias son la nueva prensa

- Abandonar la ilusión de que podemos alcanzar viralidad mediante ingenio
- Community Manager centrado en espacios no algorítmicos
- Reinventar el rol de "jefe de prensa" para incidir en redes: cuidar relaciones con personas que tengan mucho alcance

## Internet es mucho más que esas redes sociales

[Libro y newsletter sobre cómo avanzar hacia la internet libre](#)

- Si no hay algoritmo se vive mejor
- Canales para asegurar que llegamos a nuestra gente: webs, newsletters, foros
- Apuesta política a medio plazo: retomar los espacios digitales autogestionados y/o públicos

## Llegar a las audiencias medias a través de esas comunidades fuertes

- Queremos y necesitamos ser más, pero:
- A veces es demasiado difícil dirigirnos directamente a las mayorías y avanzamos más si cultivamos nichos con capacidad de contagio
  - Calidad puede ser mejor que cantidad

El taller incluyó momentos de participación de las personas asistentes en forma de dudas, comentarios, preguntas, etc. También algunas preguntas lanzadas colectivamente a través de la herramienta *mentimeter*, de las que rescatamos esta respuesta, a modo de ejemplo:

