ESTRATEGIA REDES SOCIALES ENTREPUEBLOS 2024

Área de Comunicación

Para este 2024 el Área de Comunicación propone una estrategia en redes sociales. Este 2024 exploraremos los pilares fundamentales de nuestra estrategia, desde la creación de contenido hasta la participación activa de la comunidad, por lo que veremos cómo podemos utilizar las redes sociales como una herramienta de comunicación transformadora para inspirar, conectar y transformar realidades.

Objetivos Generales:

1. **Concienciar y sensibilizar:** Informar a nuestro público sobre la misión, valores, visión y objetivos de Entrepueblos.
2. **Generar apoyo:** Aumentar la participación y colaboración de la comunidad y otras organizaciones afines en las iniciativas y proyectos de Entrepueblos.
3. **Captar donaciones, futuros socios y socias (Base Social)** Facilitar la recaudación de fondos.

Objetivos comunicativos:

1. Promoción social: Que nuestro público entienda qué hacemos, nuestros valores y por qué es importante participar en Entrepueblos.
2. Apoyo: Seguir apoyando a otras entidades, mantener esa relación.
3. Aumentar la participación del público joven en nuestra entidad, acercarnos a través de redes sociales como TIKTOK.
4. Implantación territorial. Dar a conocer nuestra entidad y sus proyectos a nivel estatal.

Público

- Público general: Abrirnos a la juventud y estudiantes para ofrecer comprensión y romper con los discursos de odio. Mantener el público +50.
- Ciudadanía activa (aquí y en América Latina): Otras organizaciones, redes y colectivas. Es importante el trabajo en red.
- Responsables institucionales y políticos: Ayuntamientos, Generalitat, Gobiernos y políticos individuales para demandas concretas de carácter institucional, como medidas legislativas, resoluciones, posicionamientos y declaraciones.

Plataformas (Canales)

Se seguirán utilizando los canales que ya teníamos, como Facebook, Instagram, Twitter, se añaden dos más, Tiktok y @Threads. Cada red social tiene su propio contenido y tono con el que nos comunicamos.

- **FACEBOOK:** Seguiremos manteniendo esta red social, ya que tenemos al público de América Latina, organizaciones y colectivos afines y a un público de +50 que sigue utilizando esta red social.

  Contenido: Eventos, fotos, vídeos, republicaciones afines. Continuaremos de forma semanal publicando.

  Tono: cercano, amable, emocional.

- **TWITTER (Ahora X)** Continuaremos en esta red social a pesar de los cambios. Esta red social es de inmediatez, muy útil para difusiones en tiempo real relacionadas con eventos y actividades en ejecución. No publicaremos todas nuestras campañas, elegiremos muy bien cuándo hacerlo.

  Contenido: Ya no se publicaran todos los eventos, carteles, sino que pasaremos a ser un canal más de incidencia y para mantener nuestro contacto con la prensa, organizaciones y personas individuales.

  Según Hootsuite, en 2023 tuvo mayor repercusión los tuits con solo texto, por lo que probaremos este 2024.

  Tono: Usar un tono profesional, esto significa informar, participar sin pasarse a lo formal pero sin llegar a la informalidad.

- **INSTAGRAM+@Threads** Está liderando un nuevo concepto de contenido más visual, más emocional, capaz de generar empatía y de captar voluntades.

  En esta red social queremos fortalecer la unión con nuestra comunidad a través de contenido de calidad que anime a la interacción.

  Contenido: Dar **protagonismo a los Reels o a las publicaciones de carrusel** (llamadas photo dumps) ya que consiguen más alcance e interacción que las publicaciones de una sola imagen. En esta red social se compartirán materiales más audiovisuales y gráficos.

  +Aparición de Threads: Hemos creado ya la cuenta, es una nueva plataforma que forma parte de Instagram pero con un diseño muy parecido a Twitter para escribir hilos de texto. Interesante para nuestros eventos en directo. Este 2024 también entraremos en Threads como alternativa a Twitter.

  Contenido a generar: Abordaremos temas actuales, destacando historias de cambio, logros y desafíos en la lucha por la justicia social y los derechos humanos. También la utilizaremos para educar y concienciar sobre temas clave. Compartiremos

contenido informativo, investigaciones, vídeos y recursos que ayuden a la juventud a comprender mejor los problemas sociales y políticos, así como las soluciones y acciones que pueden tomar.

Enfocarlo sobre todo en nuestros directos de eventos, información interesante, interacciones con la gente que ya está en esta red.

Mensaje Directo - Canal difusión: Animar a nuestro público a que nos envíe mensajes de texto. Lo haremos a través de preguntas y comentarios. Según análisis de Hootsuite y Metricool 2024, los compartidos importarán más que los "me gusta", los comentarios o los seguidores. Por eso intentaremos crear más interacción con nuestra comunidad.

Tono dentro de INSTAGRAM : desenfadado, cercano, +juvenil, informal y social. Enfocado a la emocionalidad. Generar una conexión entre imagen/texto y receptora. Poner los emojis en texto siempre (sin pasarse). Crearemos una interacción mucho más personalizada en el contenido (por medio de historias, encuestas, preguntas…) y así hacer partícipe a nuestra comunidad con lo que hacemos.

- **TIKTOK:** Va a cobrar más protagonismo. contenido sin filtros, situaciones reales y personalidades auténticas con las que se pueda conectar. Protagonismo del vídeo (ya sea corto o larga duración, tiktok está previsto que suba minutos). Esta red social se ha convertido en una de las más importantes para la divulgación de información, entretenimiento, y lo más importante **es el lugar donde los usuarios buscan respuestas sobre cualquier tema.**

  Contenido: El contenido debe ser más interactivo. Se ha creado ya el canal de Tiktok y este 2024 vamos a lanzar una serie de vídeos gracias a la colaboración con la cooperativa Quepo, donde hablaremos de Berta Cáceres, Repsol y justicias globales. Queremos ser un canal de referencia para la juventud, que vengan a nuestro canal a informarse de temas relacionados con justicia climática, educación transformadora, derechos.

  Este 2024 queremos dedicar más tiempo a esta red social.

  Tono: pedagógico y humorístico. Importante aportar algo a las personas que nos ven.

  Añadir estrategia de Quepo 2023

- **Telegram**
  Como canal de difusión. Tenemos dos canales, uno en castellano y otro en català, se utilizará para poner la información en castellano y en catalá de nuestros proyectos y eventos junto con los enlaces a la web y depende de la información que se pase, la difusión en otras redes sociales (tw, fb…).

  Contenido: Cada viernes a principio de mes, poner un mensaje con la agenda de los eventos que tenemos. Información, eventos, comunicados…

Tono: Informal para invitar a los eventos, y formal si son manifiestos o comunicados políticos o sociales.

- Linkedin
  Es un canal importante de cara a la base social y las posibles acciones con empresas u organizaciones. Además tiene un enorme potencial para compartir temas de Empresas y DH, crítica a multinacionales extractivas, abusos corporativos.

  El tono es formal.

  Las temáticas: más asociativas (encuentros y asambleas), boletines, noticias sobre el ecocidio o el Centro de Empresas y DH, así como ofertas de empleo o de trabajos.

  Elaboraremos el perfil de Wikipedia y Vikipedia aprovechando que el relato ya está aprobado y que reescribiremos contenidos de la web.

EL VIDEO, GRAN PROTAGONISTA PARA ESTE 2024
Este 2024 las tendencias en redes sociales seguirán siendo los vídeos, con mayor presencia en **TikTok que va a cobrar más protagonismo.**

Desde Entrepueblos los últimos años le hemos dado más presencialidad a los vídeos cortos y largos para divulgar nuestras actividades, para resumir lo que hemos hecho, para invitar a la ciudadanía a la acción. Se ha cuidado la calidad de los vídeos, contando con profesionales externos y las propias técnicas de comunicación para la realización, edición y montaje de estos vídeos.

Este 2024 queremos continuar con esta propuesta audiovisual y que cada vez tenga mayor presencia en nuestras redes sociales, porque según las tendencias de 2024, el video cobrará mucho protagonismo, pero no solo el vídeo corto, sino los vídeos largos volverán con fuerza (duración de entre dos y cinco minutos por video, en lugar de menos de un minuto).

Según Hootsuite *“las grandes plataformas siguen aumentando la duración máxima de sus videos. Los Reels de Instagram ahora pueden durar hasta 15 minutos, y se dice que TikTok también está probando esa duración. Además, X (Twitter) lanzó su suscripción premium, que permite a los usuarios de pago subir videos de hasta dos horas de duración”.*

Por lo que desde el Área de Comunicación continuaremos haciendo vídeos de entre 2-5m (como los vídeos resumen de jornadas). El público busca ya en las redes sociales la información general, preguntas que de normal harías a Google ahora se hacen dentro de las redes sociales, por lo que responder requiere más tiempo, por eso los vídeos más largos. Por lo que seguiremos haciendo vídeos largos, pero con contenido entretenido y valioso.

Queremos también empezar a introducir, cada vez más, los vídeos cortos, contenido rápido pero de calidad. Será a través de las redes sociales Instagram y Tiktok.

Tipo de contenido general

Este 2024 queremos mantener un contenido de calidad, atractivo, visualmente impactante y entretenido para destacar.

Introduciremos contenido más dinámico, con formato visuales como vídeos cortos, gráficos animados y otros elementos multimedia para captar a nuestro público y mantener la atención.

Para ello el *storytelling* es crucial. Debemos contar historias no solo que informen sobre lo que hacemos, sino que también puedan entretener, eduquen o inspiren.

Esto significa mayor inversión en un contenido de calidad, como la producción de vídeos cortos, largos o mini-documentales, series de contenido temático o colaboraciones con creadores de contenido (*influencers,* pero comprometidos social y políticamente) que puedan aportar más dinamismo y un enfoque fresco y atractivo para todo tipo de público.

Contenido Significativo:

1. **Historias Impactantes:** Compartir historias de éxito y testimonios de personas colaboradoras, movimientos sociales que acompañamos desde Entrepueblos.
2. **Actualizaciones de Proyectos:** Publicar regularmente sobre el progreso de los proyectos actuales, con fotos y resultados tangibles.
3. **Contenido Educativo:** Crear contenido educativo sobre los problemas que aborda Entrepueblos y cómo la sociedad puede contribuir. Es decir, llamadas a la acción.

Compromiso con la Comunidad:

1. **Encuestas y Preguntas:** Fomentar la participación haciendo preguntas, encuestas y pidiendo opiniones sobre temas relacionados con temas de actualidad (discursos de odio, crisis climática, de cuidados, económica…)
2. **Eventos en Línea:** Organizar transmisiones en vivo, webinars o chats en línea con expertas para discutir temas importantes.

Colaboraciones y Alianzas:

1. **Menciones y Colaboraciones:** Colaborar con otras organizaciones, influencers o figuras públicas para amplificar el alcance de Entrepueblos.

Origen de los contenidos:

- **Propio. Hablar de nosotras.** Parte de nuestro calendario editorial estará enfocado a nosotras, a la entidad, es decir a los proyectos, eventos, posicionamiento que tenemos, a las campañas y por supuesto a aumentar nuestra base social.

- **Inspirado: Información de otras fuentes.** No solo tenemos que hablar de nosotras, esto si se hace mucho cansa. Tenemos que buscar contenidos de otras fuentes, bien

para compartir o bien para inspirarnos: una imagen reivindicativa, un estudio, noticia que se convierte en un hilo…

- **Conversación. Hablar con otros/as:** Enfocarnos a generar conversación. Es decir reaccionar a otras cuentas de organizaciones afines, influencers, gobiernos, etc. Interactuar con otras entidades, interesarnos por sus seguidores, buscar y contestar conversaciones sociales que nos puedan aportar.

Calendario Editorial

A través de Notion, un servicio de calendarios, el Área de Comunicación organizará un calendario compartido de Asociación-Cooperación-Educación para organizar anualmente el contenido de las diferentes plataformas.

Programación y Consistencia:

- **Calendario Editorial:** Planificar y programar contenido con regularidad para mantener una presencia constante en las plataformas.
- **Días Temáticos:** Días temáticos semanales o mensuales para mantener la coherencia y destacar diferentes aspectos de la organización.

EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

Cada tres/seis meses se realizará un análisis y evaluación más profundo basado en los KPI que hubiésemos marcado para los diferentes objetivos y comprobaremos si estamos avanzando. (Depende de la carga de trabajo que tengamos)

1. **Seguimiento de Participación:** Analizar la participación, interacciones y comentarios en cada publicación.
2. **Crecimiento de la Comunidad:** Seguir el crecimiento de seguidores y suscriptores en las diferentes plataformas.
3. **Impacto de las Campañas:** Evaluar el éxito de las campañas.