

DEL ODDIO AL AMOR

*Estrategia de manejo
del hate en RRSS*



EL PROBLEMA

- Existe una cuenta anónima inconsecuente con los valores, utilizando el nombre de la Universidad.
- Produce desinformación, odio, rechazo ante la Institución etc.
- Ante el creciente odio digital en contra de la Universidad, había que crear una corriente positiva.



LA SOLUCIÓN

- Corriente de opinión positiva que destaque, más que los números, los conceptos y valores que se encarnan en el día a día, apelando a la emoción.
- Mediante la voz de los estudiantes.
- Generamos un personaje que encarne estos atributos positivos.



CONCEPTOS BASE

Influencer: Anglismo usado en referencia a una persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales.

Nano – Influencer: Entre 2 mil y 5 mil seguidores.

Micro – Influencer: Entre 5 mil y 100 mil seguidores.

Macro – Influencer: Entre 100 mil y 999 mil seguidores.

Mega – Influencer: Más de 1 millón de seguidores.

Menor cantidad de seguidores, mayor confianza.

Fuente: <https://www.rae.es/observatorio-de-palabras/influencer>



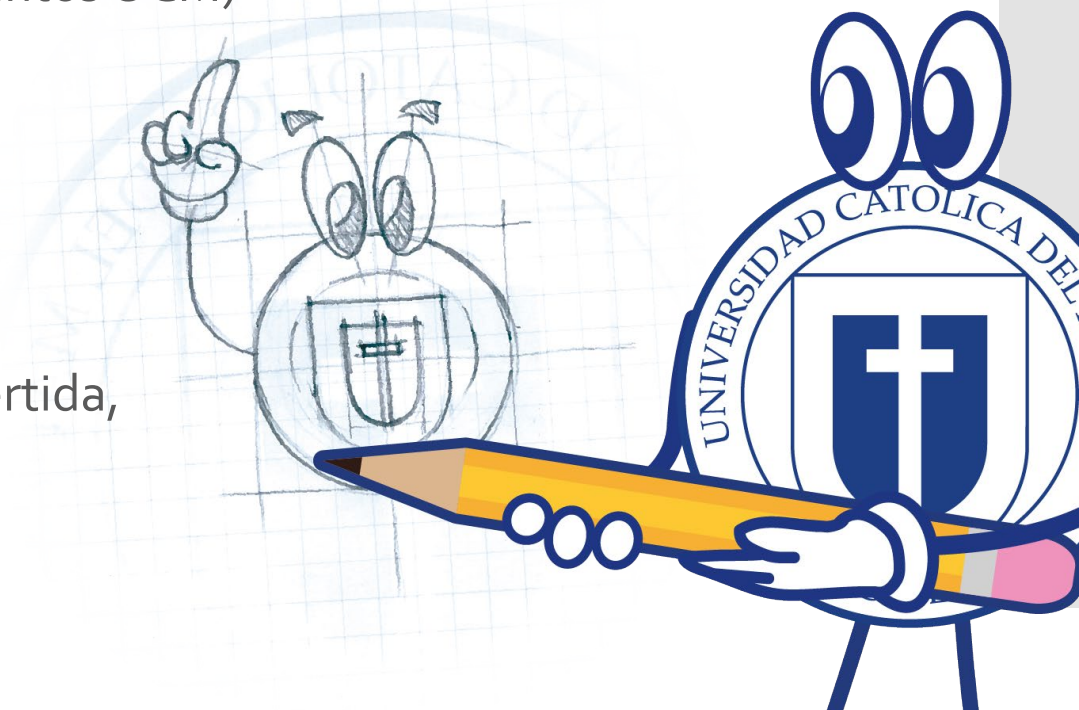
¿CÓMO LO HICIMOS?

- Preparamos a nano influencers para ser promotores digitales positivos de la UCM, mediante la **"Academia de Influencers"** .
- Dirigido a estudiantes de pre grado de la UCM.
- Pasan por un proceso de selección, pasando por dirección de carrera, deben encarnar valores de la UCM.
- Clases sobre edición de video, comunicación, diseño, redes sociales.
- Posibilidad de convertirse en "Embajador UCM" (Contenido).



¿CÓMO LO HICIMOS?

- **Nace UCMITO: Personaje que representa la comunidad UCM.**
- Decidimos no utilizar un animal que iba a separar opiniones (gustos diversos) por eso usamos el logo, que representa a toda la Universidad
- Le dimos atributos positivos, pero las mismas personas le terminan de agregarle más cualidades positivas.
- UCMITO está en todas. (Eventos UCM)
- Los estudiantes se ven reflejados en UCMITO.
- Nueva Red Social: Espacio destinado a académicos, funcionarios y estudiantes, con información lúdica, divertida, verídica y relevante.



RESULTADO INFLUENCERS UCM

Trabajo de Embajadores UCM disminuyó en gran cantidad el *hate* hacia la Universidad en redes sociales e incrementó el respeto digital.

Aumentó el interés de estudiantes por ser Embajador y Staff UCM, gracias al sentido de pertenencia a la Universidad provocado por los estudiantes que desempeñan dichas labores.



 715 Publicaciones 7.514 Seguidores 522 Seguidos

Info de Admisión UCM
Postula a la Admisión Especial aquí abajo 📌
Somos #TuUniversidad ❤️
[Ver traducción](#)

linktr.ee/prenovatoucm

Panel para profesionales
17 mil cuentas alcanzadas en los últimos 30 días.

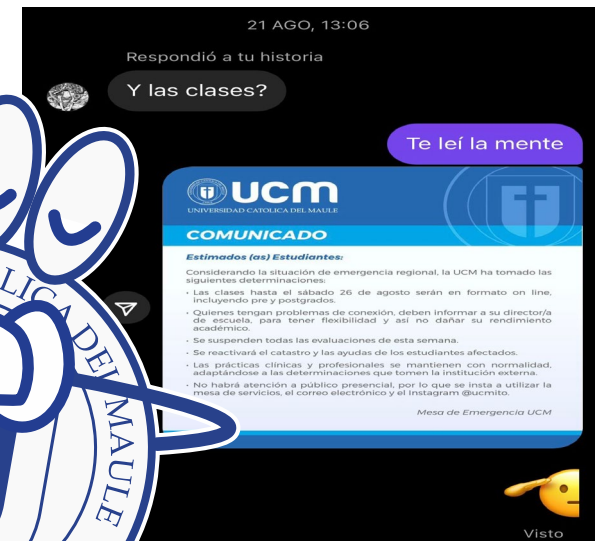


RESULTADO UCMITO

UCMITO genera una experiencia, une, divierte, crea comunidad.

CRECIMIENTO DE UCMITO EN IG FUE ORGANICO.

UCMITO responde de forma amable, generando un vínculo de cercanía con la comunidad virtual.



CONCLUSIÓN

- Para detener el *hate*, no hay que basarse en datos, hay que generar experiencias que provoquen emociones positivas.



- *NO ES CIERTO QUE LOS SERES HUMANOS SOMOS SERES RACIONALES POR EXCELENCIA. SOMOS, COMO MAMÍFEROS, SERES EMOCIONALES QUE USAMOS LA RAZÓN PARA JUSTIFICAR U OCULTAR LAS EMOCIONES EN LAS CUALES SE DAN NUESTRAS ACCIONES.*

HUMBERTO MATURANA