



socialand

La caída de un influenciador en digital

Estudio de caso: Miguel Herrera

- AGENDA



1.- Justificación

2.- Objetivo

3.- ¿Quién es “el Piojo”?

4.- Trayectoria

5.- Metodología

6.- Introducción

7.- Línea de tiempo

8.- Do's and dont's

9.- Learnings



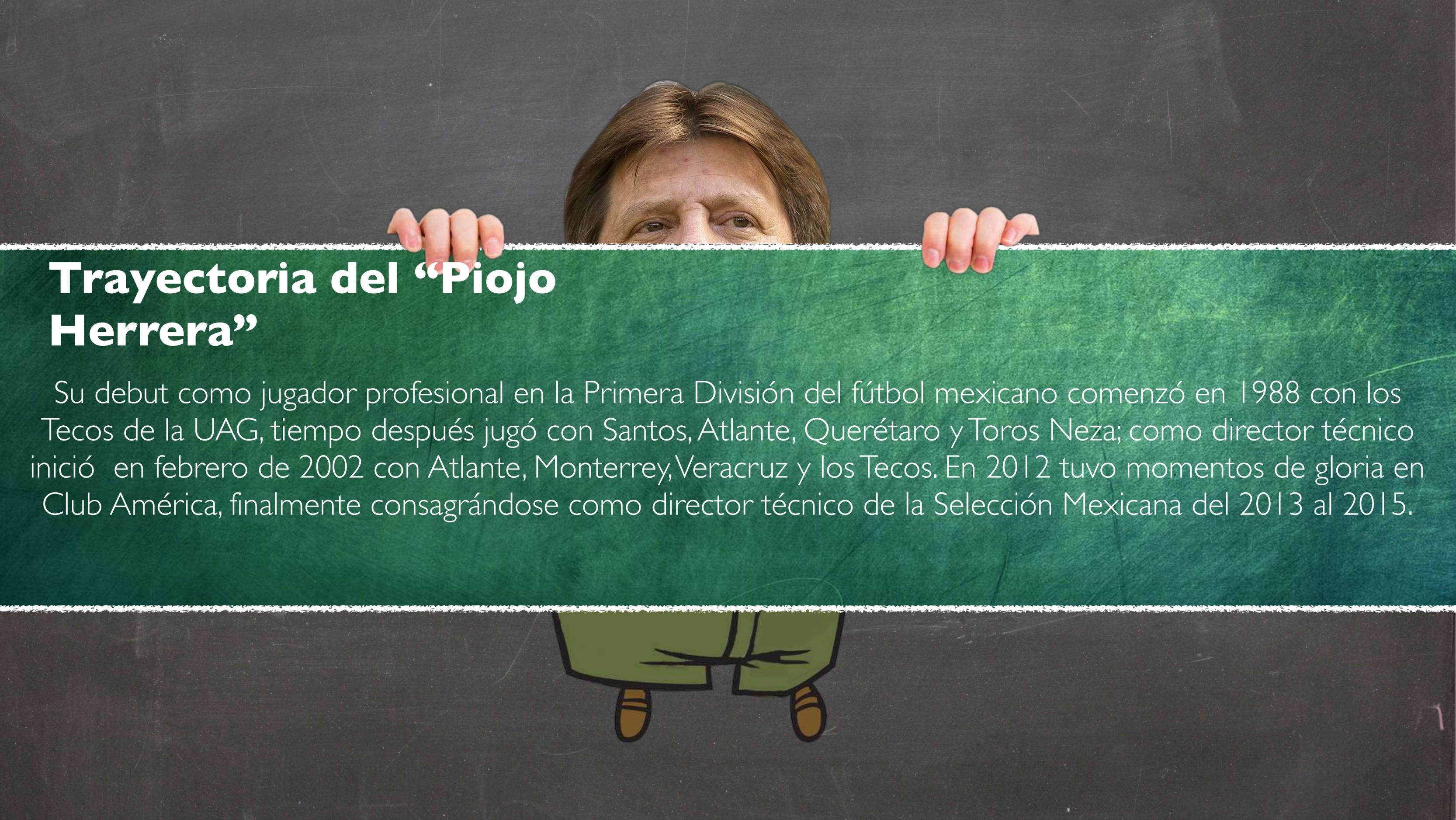
¿Cómo se nos ocurrió esta investigación?

Los hábitos digitales en los consumidores han provocado nuevos paradigmas en la comunicación contemporánea. En este sentido, la apertura de los medios digitales han concentrado públicos activos, dispuestos a expresar voluntariamente sentimientos, ideas o percepciones, mismas que impactan directamente en los objetivos comerciales tanto de marcas como de figuras públicas; de ahí la importancia de una constante vigilancia y análisis profundo de la reputación digital que gira en torno a cada uno de ellos.



¿Quién es Miguel “el Piojo” Herrera?

Nacido en 1968 en la región centro-oriental de México, en el estado de Hidalgo, Miguel Herrera, mejor conocido en el ámbito futbolístico como “el Piojo”, ha sido uno de los directores técnicos más mediáticos y con mayor exposición en las redes sociales en la historia del fútbol mexicano.



Trayectoria del “Piojo Herrera”

Su debut como jugador profesional en la Primera División del fútbol mexicano comenzó en 1988 con los Tecos de la UAG, tiempo después jugó con Santos, Atlante, Querétaro y Toros Neza; como director técnico inició en febrero de 2002 con Atlante, Monterrey, Veracruz y los Tecos. En 2012 tuvo momentos de gloria en Club América, finalmente consagrándose como director técnico de la Selección Mexicana del 2013 al 2015.

¿Cómo lo hicimos?

1 Recopilación de momentos clave

Por medio de notas de portales deportivos de noticias recopilamos hechos.



2 Extracción de temas e interacción

Directamente de la cuenta de @MiguelHerreraDT extraemos datos duros para el complemento de momentos clave.

3 Análisis

Se analizó una muestra representativa de 9,665 comentarios digitales con un nivel de confianza del 95% en un periodo del 16 de noviembre del 2011 al 2 de agosto del 2015 dentro de medios digitales como: Twitter y Facebook.

4 Escucha digital

A través de herramientas de listening, detectamos opiniones y sentimiento de comentarios de usuarios en torno al caso.



tracx

TOPSY

5

Interpretación de resultados para generar aprendizajes.



Introducción

n



Miguel Herrera se incorporó como Director Técnico al Tri en 2013. Llegó como el héroe que la afición mexicana necesitaba para salvar el honor de la Selección. Rescatar al Tricolor y calificar al mundial de Brasil 2014 fue su mayor hazaña entre una oleada de éxitos en sus momentos de gloria.

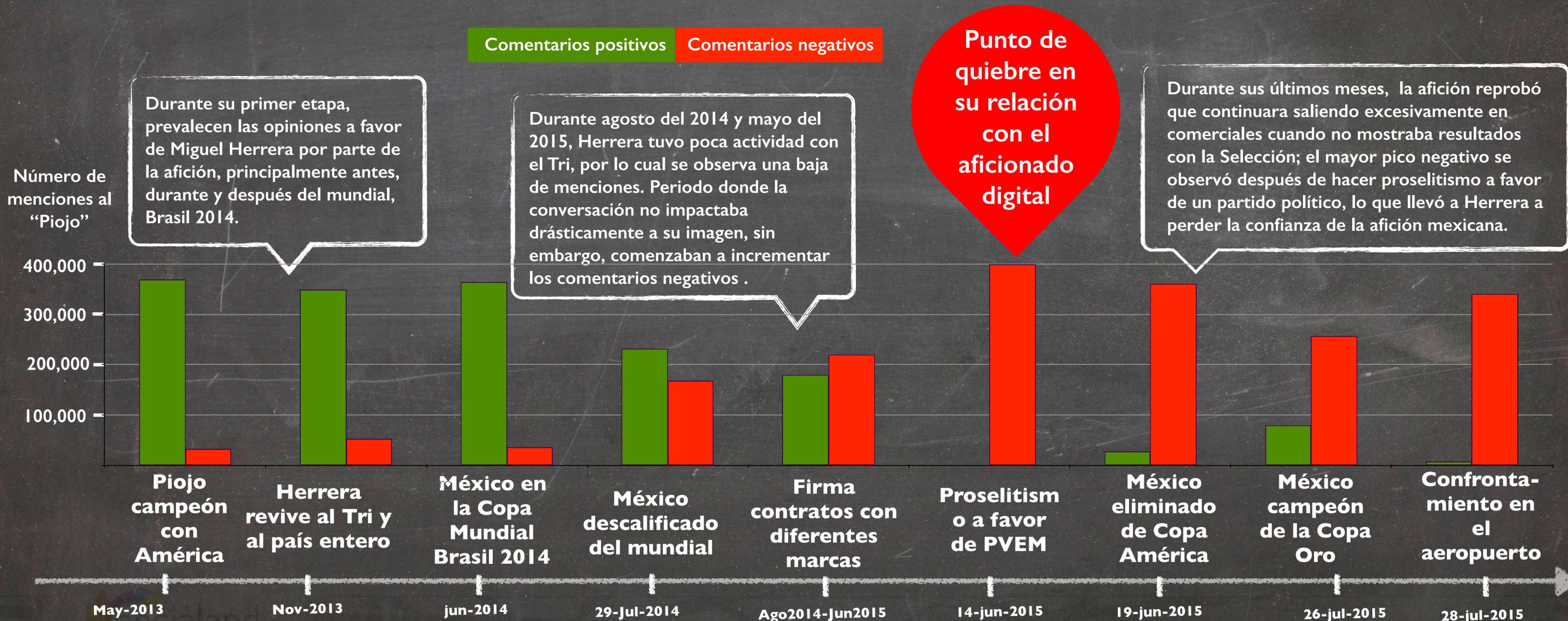
Conquistó el mundo gracias a su peculiar forma de festejar goles, ganó popularidad entre los internautas, quienes lo consagraron como un ícono del “meme” en las redes sociales. Sin embargo, su carrera se vio manchada por varios momentos polémicos que influyeron en su degradación pública y posteriormente en su expulsión de la Selección Mexicana, a pesar de haber ganado la Copa Oro.

Después de haber sido uno de los personajes más amados del fútbol nacional, “el Piojo” se convirtió en el enemigo público para afición mexicana.



Momentos de aceptación y crisis a través del tiempo

La gráfica representa el volumen de comentarios positivos y negativos hacia Miguel Herrera, los cuales fueron extraídos de replicas de los internautas a las publicaciones provenientes de la cuenta @MiguelHerreraDT en Twitter, así como de la conversación en el ecosistema digital generada en torno a la figura pública y los diferentes momentos clave durante su carrera como director técnico del Club América y la Selección Mexicana.



DEL AMOR AL ODIO EN HAS#TAGS

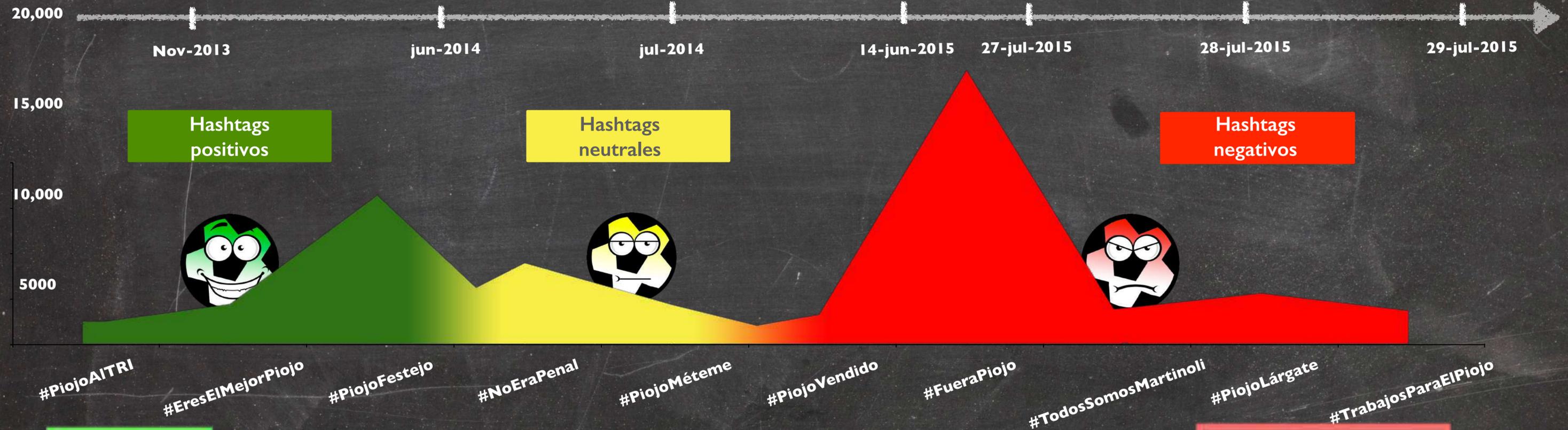
Miguel Herrera fue uno de los primeros directores técnicos en mantener los reflectores de la afición en Twitter y Facebook, cada hallazgo importante en su carrera era representado en un hashtag, a través del cual se evidenciaba el comportamiento y el dinamismo de la percepción de los internautas hacia “el Piojo”.

A continuación se muestran los hashtags generados en cada uno de los momentos clave en torno a su trayectoria.

DEL AMOR AL ODIO EN HASHTAGS

La gráfica representa el volumen de menciones que obtuvieron los hashtags que surgieron a lo largo de la carrera del “Piojo” en Twitter, así como el tono en el que fueron abordados por los internautas. El número de hashtags en tono positivo y neutral predominan durante más de un año, sin embargo los negativos tuvieron mayor impacto y número de menciones.

- Durante más de un año, Miguel Herrera gozó de una imagen mayormente positiva; sin embargo, una combinación de acciones causaron su declive en tan sólo dos meses.
- La etapa de percepción negativa generó mayor volumen de comentarios que cuando gozaba de una buena imagen pública.



An aerial view of a lush green soccer field, with a dark horizontal banner across the center containing text.

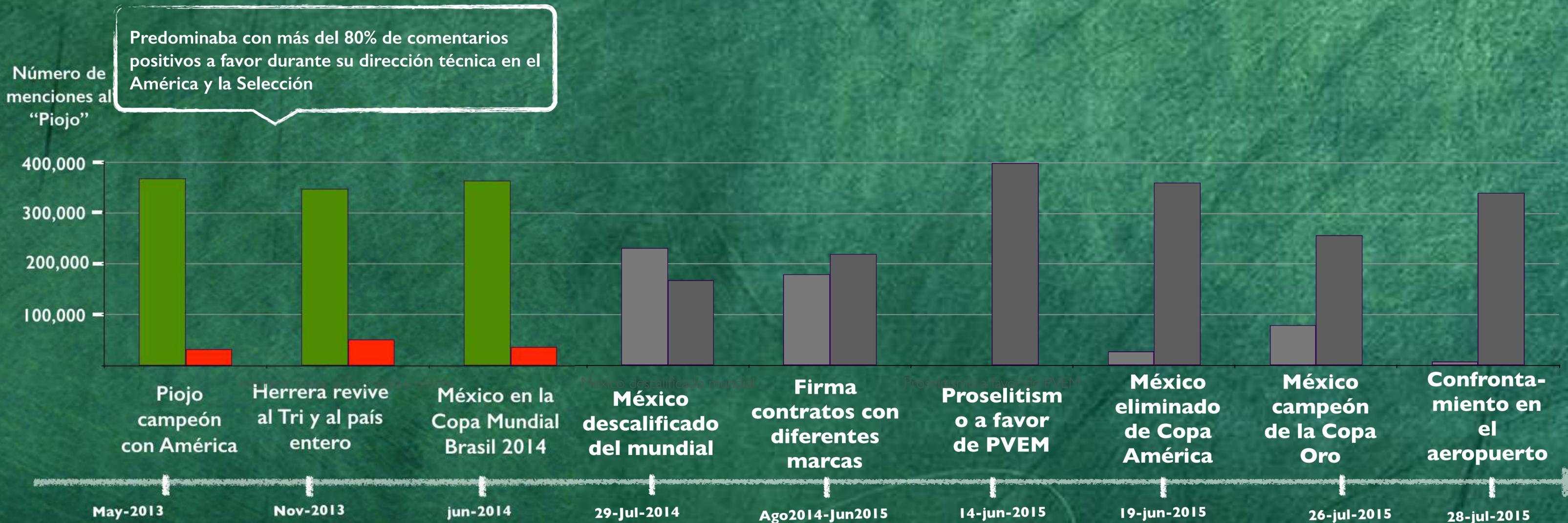
La época de gloria de Miguel Herrera

A continuación se muestra cada uno de los momentos clave en la primer parte de su trayectoria, donde prevalecen aquellas acciones que conectaron positivamente con la afición.

La época de gloria de Miguel Herrera

Miguel Herrera logró crear un vínculo emocional con los aficionados del fútbol mexicano debido al entusiasmo y rebeldía que representaba en la cancha, misma que contribuyó a convertirlo en uno de los influenciadores más importantes del momento.

Comentarios positivos
Comentarios negativos



Los inicios del Piojo en Club América

Se observan los post en redes sociales más trascendentes durante su primer etapa, así como el alcance y el sentimiento de la conversación hacia Herrera en cada momento clave:

Los momentos más representativos de Miguel Herrera en su trayectoria como DT, se dieron a partir de su llegada al Club América el 13 de noviembre del 2012, donde llegó a dos semifinales y dos finales; en una de las cuales obtuvo su primer título como entrenador venciendo al Cruz Azul en el Torneo de Clausura 2013.

La conquista en digital de Miguel Herrera inició al conectar positivamente con los aficionados del América, uno de los equipos con mayor número de seguidores en Twitter y más popular en el país.

Tiempo después, el 8 de diciembre @MiguelHerreraDT publica su primer tweet, el nuevo director técnico del Tricolor se estrenaba en las redes sociales.

141 conexiones se registran tras el anuncio desde la cuenta de @CF_America



Sentimiento



88%



8%



4%

#HoyGanaAmérica

Seguidores del CF América retuitearon y/o favearon 15,091 veces la publicación que declaraba al América campeón del Torneo Clausura 2013.



Sentimiento



62%



22%



18%



Miguel Herrera ✓
@MiguelHerreraDT

Seguir

¡Finalmente hoy me estreno en Twitter! Qué mejor día que hoy antes de un juego tan importante.

11:51 - 8 dic 2013

1.448 1.081

“Piojo” revive al Tri y al país entero

Se observan los post en redes sociales más trascendentes durante su primer etapa, así como el alcance y el sentimiento de la conversación hacia Herrera en cada momento clave:

El equipo azteca pasaba por el hexagonal más oscuro de su historia para la calificación a la copa del mundo, cuando Miguel Herrera fue nombrado como el nuevo director técnico para los partidos de repechaje rumbo al Mundial Brasil 2014. Miguel Herrera entraba al Tri después de cuatro técnicos en menos de dos meses.

En medio de una crisis y tras vencer 5-1 a Nueva Zelanda para la calificación del mundial, el “Piojo” fue considerado como el “niño héroe” que llegó a rescatar la imagen futbolística de México.

Usuarios dan la bienvenida a Twitter a “El Piojo” interactuando con sus primeros contenidos 2,939 veces.



Sentimiento



#niñoheroe #vivamexico
@MiguelHerreraDT



HERRERA, MIGUEL

Llegó el 2014, año de mundial

Con 20,000 seguidores en Twitter @MiguelHerrera implementa su primera dinámica para llegar a más aficionados, su objetivo: 100 mil seguidores. Ofreció tres regalos (iPhone, jersey y gorra) a los tres primeros usuarios que contestaran preguntas sobre su persona.

El 3 de junio, en partido de preparación rumbo a Brasil 2014, Miguel Herrera sufría su primera derrota ante la selección de Bosnia-Herzegovina por la mínima diferencia. Ese mismo día también se presentaba el primer momento incómodo para "el Piojo" luego de que su hija llamó estúpidos a quienes criticaron a su padre por perder partido.

Se observan los posts en redes sociales más trascendentes durante su primera etapa, así como el alcance y el sentimiento de la conversación hacia Herrera en cada momento clave:

La dinámica de @MiguelHerreraDT generó sólo 98 conexiones

Sentimiento



"La Pioja" borra los tweets y con ello elimina toda prueba del impacto generado.



La Piojita
@mishelleha00



Haber tetos es el primer partido que perdemos después de 7 y es amistoso y sólo fue por un gol
#Estupidos

03/06/14 22:26



#LadyPioja

Inicia Copa Mundial Brasil 2014: “el Piojo” conquista al mundo

Comenzaba el mundial de Brasil 2014, cuna de los mejores jugadores del balompié del planeta, donde México participaría en un grupo aparentemente difícil junto con el anfitrión Brasil, Croacia y Camerún.

Durante el último partido ante Croacia en la fase de grupos, Miguel Herrera y su peculiar forma de celebrar goles del Tri llamó la atención de fotógrafos y periodistas que cubrían el mundial. “El Piojo” ganaba popularidad a nivel internacional, misma que aprovecho para ganar más seguidores, impulsando desde @MiguelHerreraDT el hashtag #PiojoFestejo, el cual obtuvo 80,000 menciones en Twitter y fue Trending Topic a nivel mundial. Miguel Herrera ya contaba con 690,000 seguidores en su cuenta a tan sólo 4 meses de su primer tweet.

Se observan los post en redes sociales más trascendentes durante su primer etapa, así como el alcance y el sentimiento de la conversación hacia Herrera en cada momento clave:

Durante su mejor momento alcanza 499,056 interacciones con el apoyo del público.

Sentimiento



#PiojoFestejo



“El Piojo” se consolida como influenciador, generando 112,950 conexiones con sus tweets sobre sus festejos.

Sentimiento



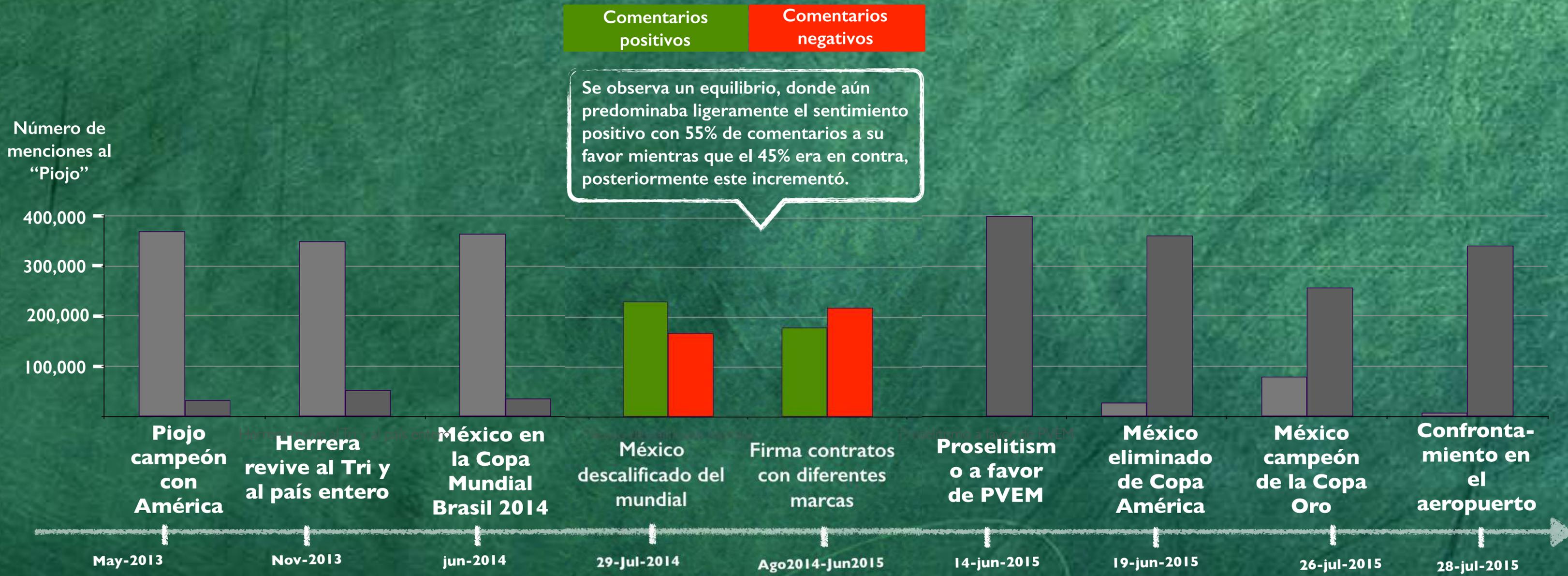


Momentos equilibrados de Miguel Herrera

A continuación se muestran aquellos momentos clave en la segunda parte de su trayectoria, donde prevalecen momentos que no impactan drásticamente a la imagen hacia Miguel Herrera

Momentos equilibrados de Miguel Herrera

Los momentos de equilibrio representan más de un año en la trayectoria, donde Miguel Herrera tuvo poca actividad con la Selección Mexicana. En dos partidos amistosos, ganó la revancha ante Holanda en noviembre del 2014 y perdió contra Estados Unidos abril del 2015.



México descalificado del mundial

México pasaba a octavos de final de la copa del mundo, aparecían de nuevo los fantasmas en una fase donde sólo ha pasado en dos ocasiones y en la que llegó por última vez hace 28 años. Tras un partido cardiaco en los últimos minutos contra Holanda, la maldición del quinto partido llegó: México fuera de otro mundial.

La afición mexicana impulsa el hashtag #NoEraPenal tras a la dudosa decisión arbitral que marcó la pena máxima favor de Holanda y que termino de eliminar al Tri del Mundial del Brasil.

Miguel Herrera ya superaba los 725,000 nuevos seguidores en Twitter al terminar el mundial para México

Se observan los post en redes sociales más trascendentes durante sus momentos equilibrados, a así como el alcance y el sentimiento de la conversación hacia Herrera en cada momento clave:

#NoEraPenal, obtiene cerca de 30,000 menciones, dentro de las cuales se menciona a Herrera 2,489 veces, donde reclaman la salida de Giovani Dos Santos.



4,843 retweets y favoritos son generados de los tweets promocionales.



Después del mundial

Miguel Herrera fue el influenciador del momento para algunas marcas. Antes, durante y después del mundial, firmó contratos millonarios de publicidad con Banamex, Movistar, Ciel, Melox, Gob. Chiapas, Segundamano, Amafore.

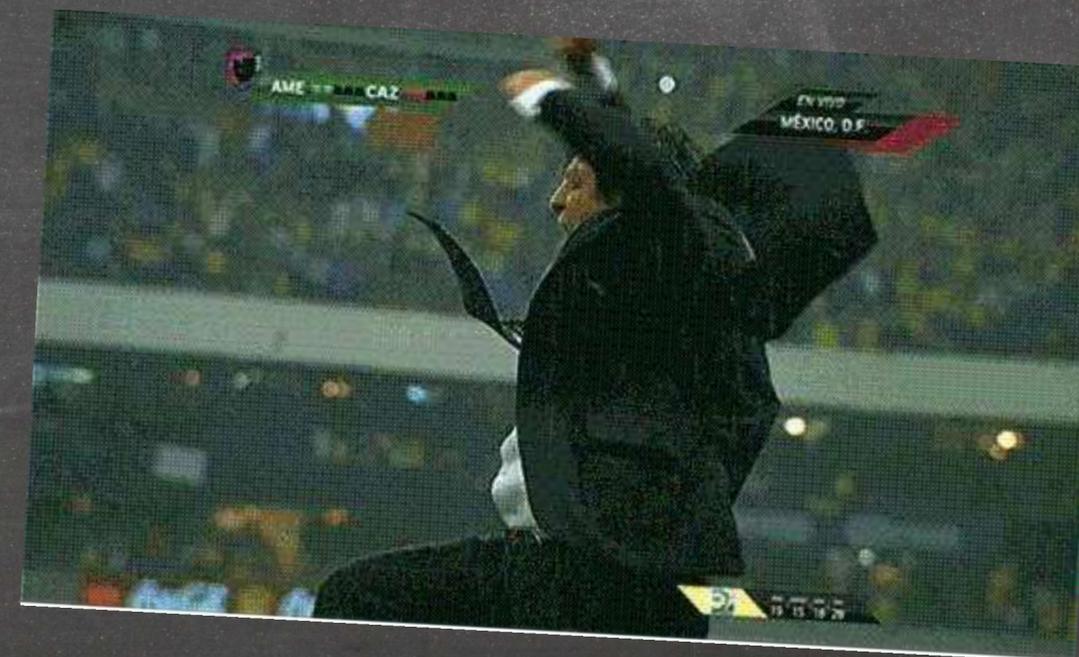
Meses después del mundial, ganó dos partidos amistosos, uno contra Panamá, donde retó a golpes al cuerpo técnico de esa selección y la revancha ante Holanda.

El Piojo cerraba con resultados ganadores junto con la selección el año 2014, incluso ocupó el primer lugar entre los gifs más buscados de 2014 en Estados Unidos, según reveló la lista de tendencias del buscador Google.

Se observan los post en redes sociales más trascendentes durante sus momentos equilibrados, así como el alcance y el sentimiento de la conversación hacia Herrera en cada momento clave:

El altercado llama la atención de la afición alcanzando 5,275 conexiones en las publicaciones del DT.

Sentimiento





Una imagen en declive

A continuación se muestran los momentos en la última parte de su trayectoria, donde prevalecen aquellas acciones que influyeron negativamente en la afición y en su carrera como figura pública.

Una imagen en declive

Las acciones de Miguel Herrera fuera del campo provocaron descontento y críticas por parte de la afición y del periodismo deportivo, mismas que causaron presión en medios digitales para expulsarlo de la Selección Mexicana.



Error irreparable

Una semana antes del inicio de un nuevo torneo y en medio de un periodo electoral en México, Miguel Herrera publicó mensajes a favor del Partido Verde vía Twitter, situación que lo puso ante los reflectores tanto de la afición como del periodismo deportivo, quienes criticaron la acción por estar desvinculada al rubro deportivo.

En redes sociales y a través de la página de firmas Changu.org usuarios convocaron a peticiones para sancionar al Piojo Herrera por violar códigos de ética y hacer proselitismo a favor de partidos políticos

La comunidad de @MigueHerreraDT estaba acostumbrada a tweets sobre alineaciones, fotos o mensajes de motivación antes de cualquier partido, pero dejó de publicar frecuentemente después de que emitió mensajes a favor del partido político, parecería que entendió su error. El "Piojo" se sentía amenazado y temeroso de publicar, pues cada tweet que salía de su cuenta era objeto de crítica incansable por parte de la afición.

Se observan los post en redes sociales más trascendentes durante sus últimos momentos, así como el alcance y el sentimiento de la conversación hacia Herrera en cada momento clave:

El público arremete contra Miguel Herrera produciendo 6,507 interacciones de usuarios ante su post de apoyo al PVEM.

Sentimiento



PIOJO VS MARTINOLI: EL INICIO

El 19 de junio, la Selección Mexicana (equipo B) pierde ante Ecuador y queda eliminado en fase de grupos de Copa América, lo cual generó críticas hacia Miguel en el medio deportivo, principalmente del comentarista deportivo Christian Martinoli, a quien llamó “pendejo” en conferencia de prensa por haberlo criticado en televisión nacional.

Un día después comenzaron “los tuitazos”, luego de que @Martinolimx publicara un tweet sobre la reacción y el adjetivo que utilizó Herrera refiriéndose a él, al cual @MiguelHerreraDT respondió de forma retadora e intimidante.

No obstante, la afición reprobaba que “el Piojo” apareciera en gran parte de los comerciales de distintas marcas dado el desempeño de la Selección.

Se observan los post en redes sociales más trascendentes durante sus últimos momentos, así como el alcance y el sentimiento de la conversación hacia Herrera en cada momento clave:

Descontento por la eliminación original
8,109 interacciones.

Sentimiento



LOS TUITAZOS



Christian Martinoli
@martinolimx

Follow

La elegancia del entrenador nacional me encanta. No es porrista, es barrabrava.



Miguel Herrera
@MiguelHerreraDT

Seguir

@martinolimx no soy eso pero ojalá en algún lugar te pueda encontrar. Para arreglar las diferencias



Miguel Herrera
@MiguelHerreraDT

Seguir

@martinolimx y es discutir las diferías porque ya vi que. Piensan en los golpes pero ya llegara el momento de hablarlo



VS



EL ÚLTIMO ERROR

México se coronaba campeón de la Copa Oro el 26 de julio, parecía que una nueva luz se abría para Herrera junto con una nueva oportunidad para recuperar la imagen pública positiva que gozaba en un principio. Sin embargo, un día después, Miguel Herrera no contuvo al Piojo rencoroso que llevaba dentro y arremetió contra el periodista Martinoli en el aeropuerto de Philadelphia. Fue evidenciado en un video ante los reflectores de las redes sociales, lo que lo mantenía al borde de, posiblemente, sus últimas horas como director técnico de la Selección.



Su trayectoria de 37 juegos con el 'Tri' fue ganadora: 19 Ganados, 11 Empatados y 7 Perdidos. Sin embargo, la presión en digital para expulsarlo, accionada por los medios deportivos y la afición mexicana opacaron sus buenos resultados.

Se observan los post en redes sociales más trascendentes durante sus últimos momentos, así como el alcance y el sentimiento de la conversación hacia Herrera en cada momento clave:



@MiSeleccionMX lanza tweets anunciando a México como campeón obteniendo 12,070 conexiones.

Sentimiento



El tweet publicado por @DT_Deportes alcanza 1,814 interacciones, ya que compartía el

Sentimiento



28 de julio 2015
Miguel Herrera es expulsado del TRI por decisión unánime.

Do's and dont's



A continuación se muestran aquellas acciones que tuvieron mayor influencia tanto positiva como negativa en los usuarios durante la trayectoria de Miguel Herrera.

Positivas

Positivas

Dinámicas
para ganar
seguidores

Mantener pilares
de contenido
constantes y de
valor para la
afición

Buena notoriedad
por acciones offline
favoreciendo el
nivel de
engagement online

**Do's
and
dont's**

Dejar de
publicar pilares
a los que
estaba
acostumbrada
la afición

No ser tolerante
a las críticas y
publicar en tono
retador e
intimidante para
responder

Publicar a favor
de partidos
políticos

Negativas

Negativas

LEARNINGS

Lo que no se puede olvidar



LEARNINGS



La conversación generada por los usuarios en el ecosistema digital son un reflejo de la percepción y el sentimiento hacia las marcas y figuras públicas, que a través del tiempo son cristalizadas en reputación. Por lo que el medio social exige una constante vigilancia para crear estrategias accionables que fortalezcan la imagen y la comunicación de las mismas.



140 caracteres son suficientes para derribar una buena reputación construida durante mucho tiempo.



Una mala reputación en redes sociales impacta directamente en los hechos fuera del ecosistema online y en los objetivos comerciales de las marcas y figuras públicas.



GRACIAS