

BrandChats: Análisis, el efecto Spanair en los medios de comunicación online

Spanair, una de las aerolíneas más concurridas y conocidas de España el pasado 28 de enero dejó de operar dejando a miles de pasajeros en tierra. Más de 23.000 personas se vieron afectadas durante ese fin de semana en los 384 vuelos programados en los

Pero no solamente han sido estos los pasajeros dañados. Por ejemplo, una estudiante de Canarias había invertido 700€ en 12 pasajes para volar durante todo el año y abaratar costes de vuelo. Esta chica se pregunta “¿Qué pasará ahora?“, “¿Cuándo me devolverán mi dinero?”.

Otro sector muy afectado. Los empleados y sus familias ¿Qué serán de ellos? Raúl y Cristina se conocieron hace 12 años trabajando como auxiliares de vuelo y ahora han tenido que pedir ayuda a sus padres porque se han quedado sin ingresos y tienen dos niños.

Costes adicionales del propio bolsillo del pasajero en hoteles, comidas y otros pasajes de vuelo, el paro, las hipotecas de los miles de empleados afectados han sido temas de debates y discusión en todos los medios de comunicación.

Medios de comunicación, plataformas de manifestación

En [BrandChats](#) hemos realizado un análisis con 34.271 menciones de la palabra Spanair extraída de los medios de prensa online, blogs y microblogs desde el 6 de enero al 6 de febrero del 2012. Podéis ver todos los gráficos siguiendo este [enlace](#)

Si nos fijamos en los resultados podemos observar que la palabra Spanair adquiere mucha más repercusión mediática a partir del 27 de enero, día en que Spanair emitió su comunicado. Registramos los picos más altos entre el 28 y 31 de enero con una media de 3.747 menciones por día. El 30 de enero fue el día que Spanair hizo más ruido en los medios de comunicación.

Sin embargo el impacto se ha ido reduciendo a medida que han pasado los días pero todavía el volumen de menciones es importante si lo comparamos con las cifras de principios del 2012 con una media de 220 menciones diarias.

Microblogs

Los microblogs han sido los medios de comunicación online donde la palabra

Spanair aparece más veces con un total de 24.466 menciones. Los picos más altos los registramos desde el 28 de enero, día en que Spanair dejó de operar, al 31 de enero con una media de 2.783 menciones. Aunque el ruido ha ido descendiendo todavía se registra un número de menciones elevado durante el mes de febrero.

Prensa online

La prensa online ha sido el segundo medio donde más volumen de menciones se han registrado de Spanair. Destacamos los picos más altos desde el 27 al 31 de enero con una media de 407 menciones diarias. Muy por debajo del ruido manifestado en los microblogs. En los días posteriores la aparición de la palabra Spanair ha ido descendiendo de forma muy notable.

Blogs

El tercer medio donde la palabra Spanair ha logrado su mayor expansión desde el 28 de enero, al 31 de enero con una media de 147 menciones. Si prestamos atención a los datos podemos constatar que el impacto en los blogs todavía está muy activo al igual que en los microblogs.

¿Qué Comunidad Autónoma ha hecho más ruido?

Hemos realizado un estudio en proporción al número de menciones contabilizadas en cada Comunidad Autónoma en relación al número poblacional. Los datos que BrandChats ha obtenido ha sido el número de menciones por cada millón de habitantes.

Analizando el gráfico observamos que las Islas Baleares con 702 menciones por cada millón de habitantes, ha sido la Comunidad Autónoma que más ruido ha causado sobre el tema Spanair. Posiblemente este efecto se ha producido debido a la insularidad del territorio y porqué había un número considerado de conexiones con la aerolínea Spanair hacia el resto de las comunidades autónomas.

Cataluña y la Comunidad de Madrid con los dos aeropuertos más grandes de España y hubs internacionales también han hecho ruido en los medios de comunicación online con una media de 414 menciones.

Aunque Spanair no tuviera sede en Melilla, personas aficionadas al sector aeronáutico han causado ruido en el sector online. Las Islas Canarias, otra de las comunidades separadas de la península Ibérica, también ha incrementado el número de menciones sobre Spanair en los últimos días seguidas por las comunidades del Norte (Galicia, Asturias y Cantabria).

Las menos ruidosas, las Comunidades Autónomas del centro peninsular. Posiblemente porqué la mayoría de sus habitantes realizan sus desplazamientos

en vehículos o medios de transporte ferroviarios. Extremadura y Castilla la Mancha no disponen de aeropuerto sino de bases aéreas operativas en un periodo concreto del año y donde la aerolínea Spanair no tenía apenas repercusión por ese motivo, puede que hayan sido las más calladas.

Como ya mencionamos en nuestro anterior [post](#), hemos pasado de ser un usuario sumiso y conformista a un usuario proactivo y exigente. Los medios de comunicación online se han convertido en los lugares de manifestación del sentimiento de marca.
