Publicado en 08021 Terrassa el 05/12/2012

Brandchats: El Amanecer más mediático de la saga Crepúsculo

Artículo completo con gráficos en: http://www.brandchats.com/blog/el-amanecer-mas-mediatico-de-la-saga-crepusculo/

Es inevitable pensar en la palabra vampiro y no relacionarla con la saga Crepúsculo. La escritora Stephenie Meyer, creadora de la trilogía, podía intuir que llevar sus novelas al ámbito cinematográfico era apostar a caballo ganador. Con más de 25 millones vendidas y traducidas a 37 idiomas el éxito estaba asegurado.

Empezamos a familiarizarnos con Crepúsculo en el año 2008 y desde entonces los nombres de Robert Pattinson y Kristen Stewart, protagonistas de las películas, no han dejado de resonar en nuestras cabezas.

Desde la primera película “Crepúsculo” a su última película “Amanecer 2” la inversión promocional y publicitaria ha sido elevada. No es extraño encontrarse al misterioso Eduard Collen (Robert Pattinson) en las marquesinas de los autobuses o ver a Bella (Kristen Stewart), con preciosos vestidos, en las premieres promocionando la película alrededor del mundo.

Su fama ha traspasado las barreras de la publicidad y la promoción convencional. Se traslada al ámbito más transparente y más crítico de la comunicación; el entorno online. Los blogs y magazines digitales, forums, networks y sobre todo el entorno microblogging han sido los protagonistas de la nueva película “Amanecer 2”.

Amanecer 2

La última película de la trilogía se estrenó en España el pasado 16 de noviembre causando un revuelo excepcional en Internet. En Brandchats hemos realizado un estudio de la primera semana del estreno de la película. El análisis comprende datos desde el día 16 de noviembre al 23 de noviembre. 7 días han bastado para recopilar más de 110.000 menciones.

Twitter, el medio estrella de la saga

Una vez más, twitter ha sido el medio online más usado para hablar de un fenómeno social. Tenemos un total de 105.886 menciones provenientes del entorno microblogging. Podemos constatar que el día con más tweets ha sido el pasado domingo 25 de noviembre con 18.570 menciones muy seguido del sábado 24 de noviembre con 18.090 menciones.

Hashtags más usados

La etiqueta #Amanecer ha sido utilizada en 3.020 menciones en twitter. En el Top 2 tenemos el hashtag #Crepusculo usado en 2.558 menciones. Otros hashtags de interés representativo son #AmanecerParte2 en 449 menciones, #LunaNueva en 282 menciones. Podemos destacar que la etiqueta #KristenStewart es usada en 106 menciones frente al hashtag #RobbertPattinson usado en 84 menciones.

Kristen Stewart es la más nombrada

La protagonista femenina de la saga es sinónimo de popularidad con 9.117 menciones en los medios. La joven está asociada a estilo y glamour. A través del estudio hemos podido comprobar como Kristen ha pasado de ser la tímida jovencita de 18 en estreno de la primera película en el 2008 a ser una mujer de 22 años creadora de tendencias. Sus estilismos han sido estudiados con lupa en las redes sociales durante sus promociones alrededor del mundo. La infidelidad protagonizada el pasado julio a Robert Pattinson ha dañado en cierto modo su imagen online.

Robbert Pattinson no se queda atrás. Su nombre aparece mencionado 8.305 veces en los diversos soportes mediáticos. Su visita, al conocido programa de televisión español, El Hormiguero lo sentenció como un personaje querido y carismático.

El protagonista masculino ha ganado también confianza y seguridad en la alfombra roja. Pasando de un look desaliñado a un look formal, moderno y elegante. Su pelo como su sonada ruptura con Kristen Stewart son temas vinculados a su marca personal.

Taylor Lautner, conocido como El Lobo, es el personaje secundario más nombrado en los medios online con 1.727 menciones. A lo largo de la trilogía, ha sabido captar a su propia audiencia.

Sentimiento

El sentimiento neutro en 82.909 menciones es el que tiene más fuerza. Sin embargo, el sentimiento positivo, con 19.781 menciones, es superior al sentimiento negativo con 9.310 menciones.

A lo largo de la semana del estreno ha habido un equilibrio a nivel de sentimiento. En ningún momento se alteran los indicadores destacadamente hacia un sentimiento u otro. Esto indica que no ha habido un hecho relevante durante la semana, como podría ser un escándalo, que alteren las opiniones de los usuarios.

Podemos observar que los días previos al estreno, se habla más sobre la expectación de la película. En el momento del estreno es cuando se manifiesta más el sentimiento.

Todas las comunidades hablan

La actividad en el entorno microblogging y networks ha sido muy equitativa y repartida en todo el país. No hay ninguna provincia que durante la semana del 16 al 23 de noviembre no haya hablado del “Amanecer 2”. Un total de 112.000 sentimientos y opiniones se esparcen en el mapa.

Influencers

El estreno de una película de éxito a nivel mundial, no sólo es comentada entre los fans de Crepúsculo. Los grandes medios de comunicación, como las principales televisiones del país, periódicos, revistas vinculadas al mundo del cine y otro tipo de medios hablan, opinan y comentan “Amanecer 2”.

La división de los influencers por ámbito de actuación permite una mejor visualización de los datos. Conocer a las personas, medios u otras marcas permite a Crepúsculo saber en que otros círculos o ámbitos sociales está integrado. Además de saber que opinan los grandes influncers de la película y gestionar de forma eficiente su reputación online.

Conclusiones del estudio

La Saga Crepúsculo no es sólo influyente el ámbito cinematográfico. Los círculos de la moda y prensa del corazón siguen muy de cerca a sus personajes.

La pareja formada por los dos protagonistas Robert Pattinson y Krinten Stewart son fuertes infuencers para el sector juvenil. Son prescriptores de importantes firmas de moda y sus looks son muy imitados.

Los sencillos 140 caracteres que tiene twitter hace que sea el medio más usado. Su inmediatez y eficacia de respuesta rápida lo hace infalible.

La trilogía en un fenómeno social consolidado. Acaparan noticias en los principales periódicos y Magazines de las ciudades que visitan. Crepúsculo es una noticia que traspasa la barrera del Gatekeeping en las principales televisiones.

Antena 3, 20 Minutos, Hola, Telva o La Vanguardia utilizan twitter para difundir las noticias vinculadas al film.

Al no tratarse de una película de cine independiente y destinada a un sector muy concreto, ha causado un revuelo en todas las Comunidades Autónomas y a franjas de edad muy diversas.

Podemos encontrar el clásico perfil de adolescente de 16 años a una persona que ha leído todas las novelas con anterioridad.

Datos de contacto:
Aina Bonnin
Social media

Nota de prensa publicada en: 08021 Terrassa

Categorías: Cine Marketing

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es