

Janssen Observer

Diabetes en Red 2014

#diabetesenred



La Plataforma Janssen Observer ha analizado la presencia de la diabetes en las redes sociales. El objetivo es saber quién lidera la conversación, cómo interaccionan las comunidades online, o el papel de las asociaciones de pacientes y de los medios de comunicación.

Un análisis realizado en dos cortes, noviembre de 2013 y enero de 2014, sobre una muestra de 153 páginas de Facebook, 46 cuentas de Twitter, más de 10.000 tuits, más de 9.000 hashtags, y 30 palabras clave.

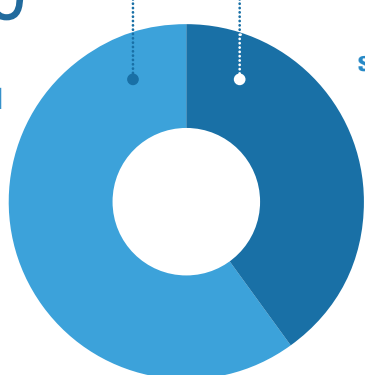
CONTENIDO PROTAGONISTA

1 Amplia cobertura en prensa general

Sobre una muestra de 200 noticias (diciembre 2013-julio 2014)

60%

aparece en publicaciones del sector médico y farmacéutico

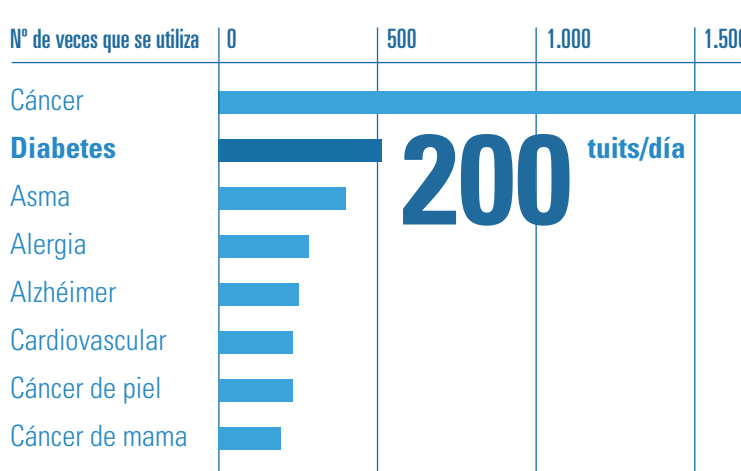


40%

se publica en los medios de información general

2 Contenidos generados en Twitter

Datos del Top Ten Salud 2.0 (2ª oleada, 22 abril-22 mayo de 2014)



3 Hashtags y palabras clave

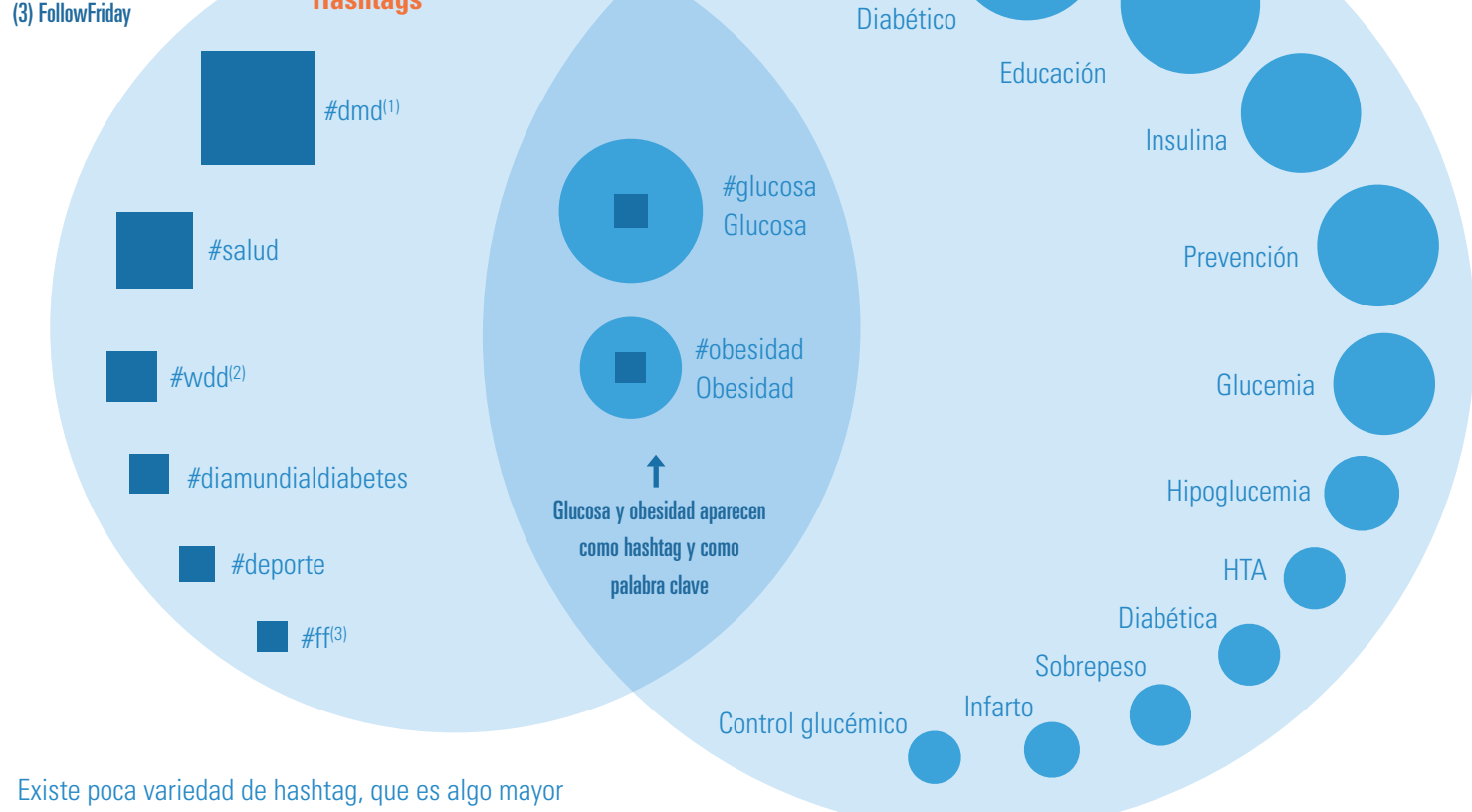
■ Hashtags ● Palabras clave

El tamaño del círculo o el cuadrado indica el número de veces que se utilizan

(1) Día Mundial de la Diabetes
(2) World Diabetes Day
(3) FollowFriday

Hashtags

Palabras clave



Existe poca variedad de hashtag, que es algo mayor en las palabras clave asociadas a la enfermedad

LIDERAN LA CONVERSACIÓN

▲ Predominan las asociaciones de pacientes

▼ Escasa presencia de profesionales



SocialDiabetes



Fundación Diabetes



SED



redGDPS-diabetes



Fede Diabéticos España



International Diabetes Federation



Psicóloga Rosa González



Rosa Salud en red



Mike Young



Mercedes Maderuelo



Ángel Ramírez



Esteban Jódar Gimeno

UNA RED COMPACTA



Red compacta entre los interesados en diabetes



Todos los usuarios comparten al menos un hashtag



Tendencia a compartir las mismas fuentes y comentar los mismos temas



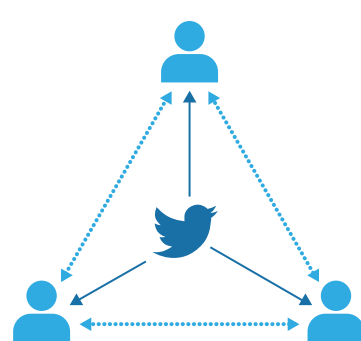
Las conversaciones más relevantes se generan por noticias publicadas en los medios tradicionales



Diabetes en Twitter

Los usuarios

Están conectados entre sí, comentan los mismos temas y siguen a las mismas fuentes de información

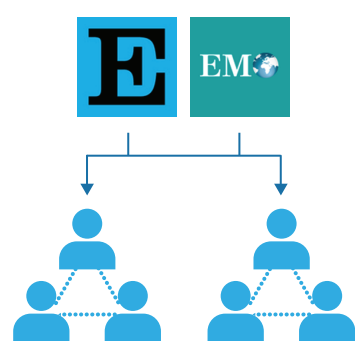


Las fuentes de información

Medios de comunicación

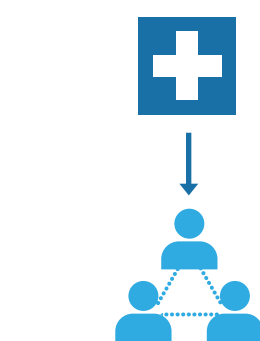
Generalistas

Conectan comunidades de usuarios entre sí



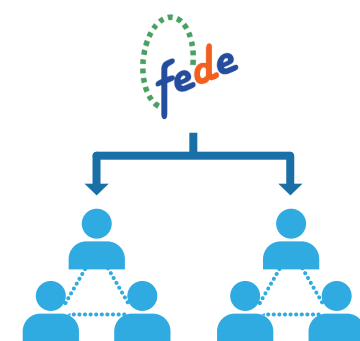
Especializados

Tienen un alto nivel de autoridad entre la comunidad



Asociaciones de pacientes

Son las más influyentes en la comunidad, muy activas, y conectan los distintos intereses



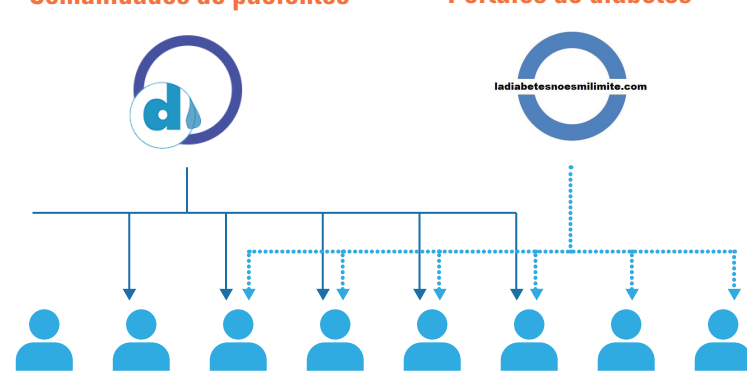
Diabetes en Facebook

Los canales más eficaces

Las páginas especializadas tienen audiencias comunes lo que facilita que la información se difunda de forma intensa y rápida

Comunidades de pacientes

Portales de diabetes



Conexión entre las páginas

Están conectadas a través de las palabras clave empleadas. Diabetes es el término más utilizado

