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.

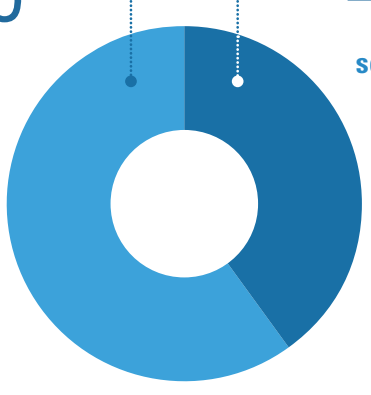
CONTENIDO PROTAGONISTA

1 Amplia cobertura en prensa general

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

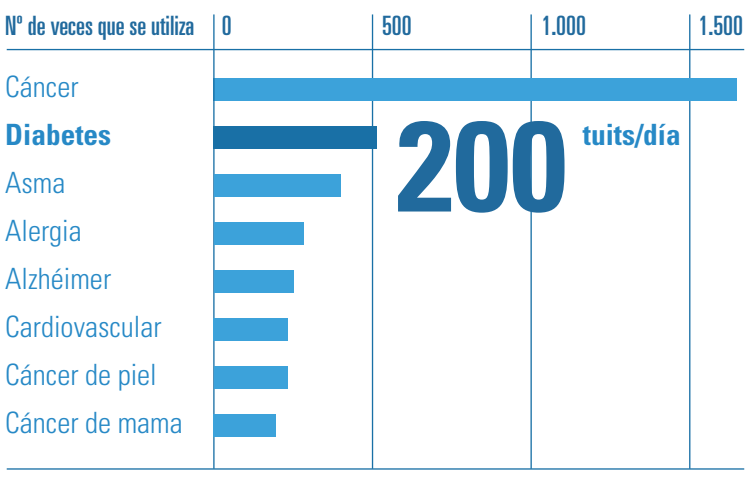
60% aparece en publicaciones del sector médico y farmacéutico

40% **se publica en los medios de información general**

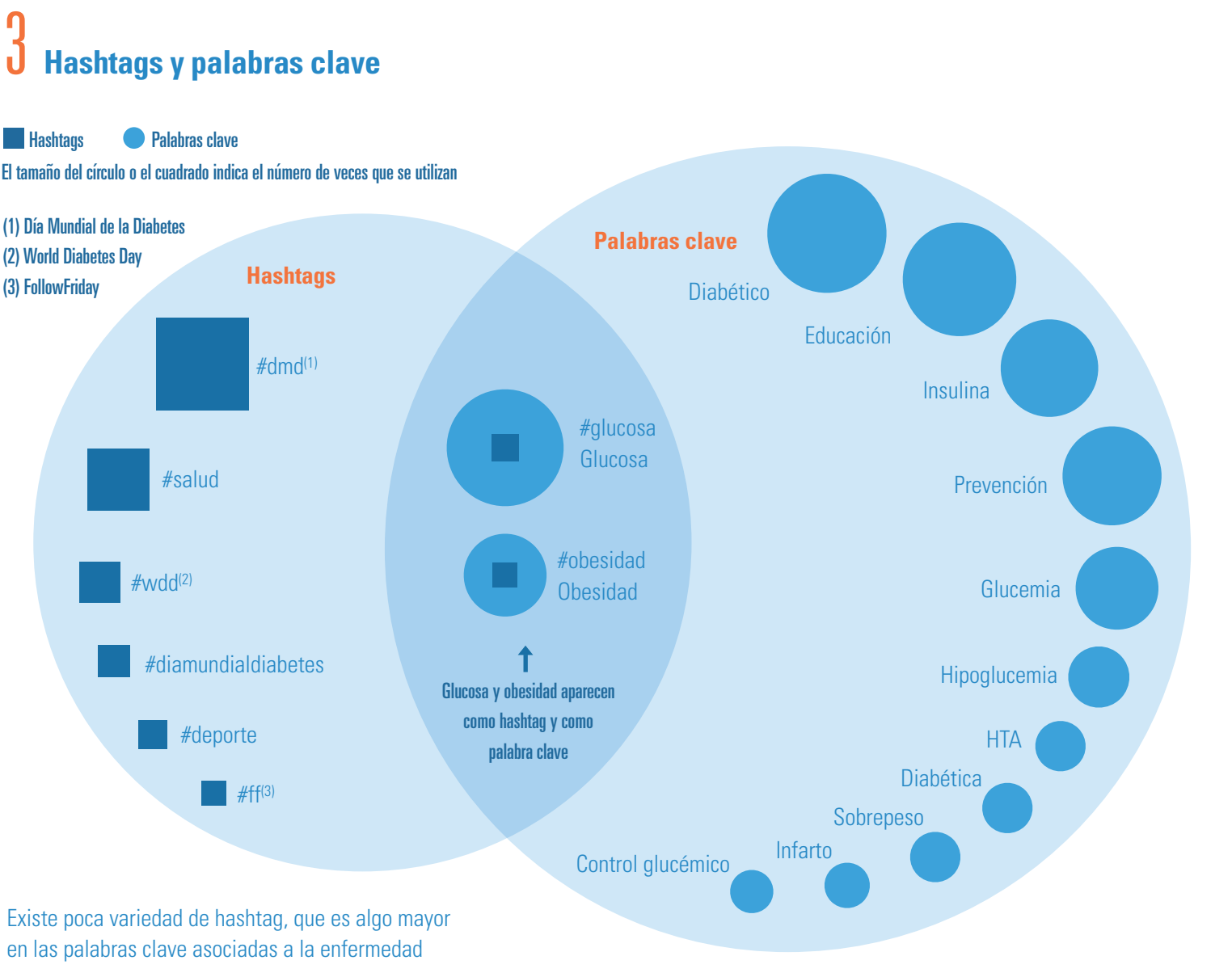


2 Contenidos generados en Twitter

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



3 Hashtags y palabras clave



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

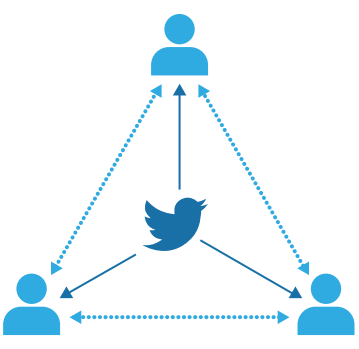
Tendencia a compartir las mismas fuentes y comentar los mismos temas

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

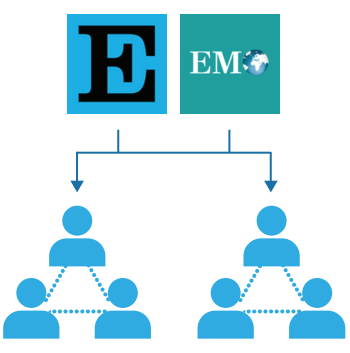


Las fuentes de información

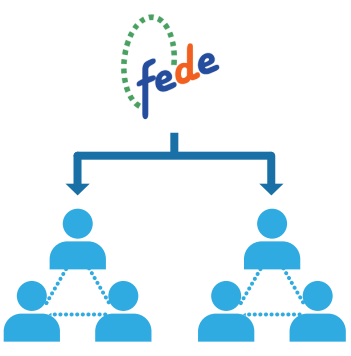
Medios de comunicación

Generalistas
Conectan comunidades de usuarios entre sí

Especializados
Tienen un alto nivel de autoridad entre la comunidad



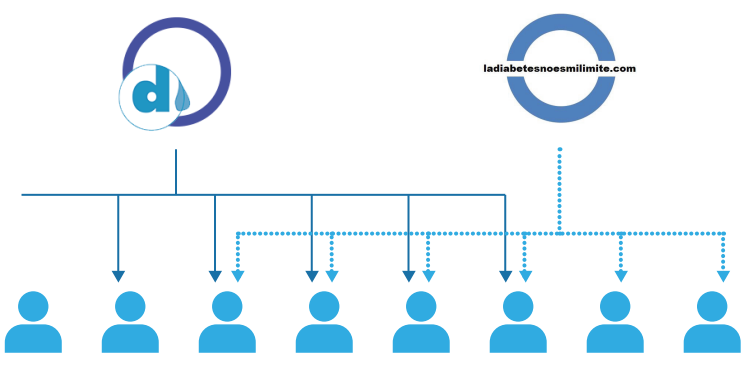
Asociaciones de pacientes
Son las más influyentes en la comunidad, muy activas, y conectan los distintos intereses



Diabetes en Facebook

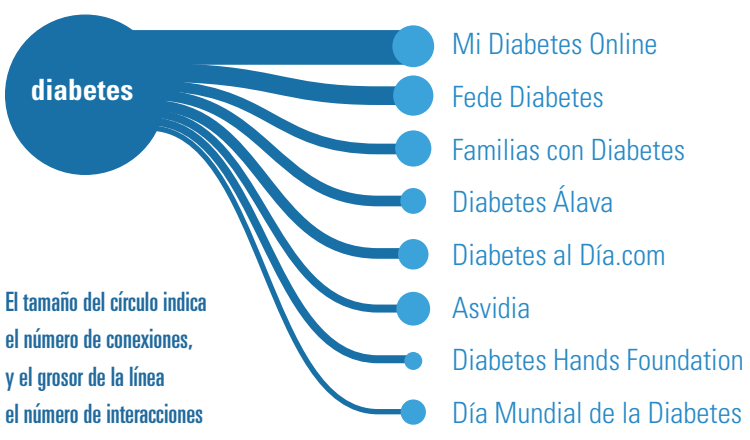
Los canales más eficaces

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



Conexión entre las páginas

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



creative commons