

Resumen

En esta comunicación se revisan los contenidos de las páginas web de los Balnearios, los factores que favorecen el acceso a estos recursos y la calidad, originalidad y credibilidad de las fuentes respecto a los contenidos de salud.

Introducción

En España 19,5 millones de personas acceden a Internet y son 8,7 millones los que buscan información sobre salud (INE oct. 2008).

Metodología

Identificación de las páginas web de los 80 balnearios participantes en el programa de Termalismo Social del IMSERSO (BOE núm. 301). Tomando como base normas internacionales y buenas prácticas en publicación y divulgación de información en salud hemos desarrollado un modelo para evaluar las páginas web agrupando la información en los siguientes grupos: Información general: dirección, mapa de localización geográfica, teléfono/fax, e-mail, antecedentes históricos. Información sobre salud: servicio médico, prevención, composición del agua, propiedades, indicaciones, contraindicaciones, tratamientos, instalaciones del balneario, investigación, fisioterapia. Informaciones sobre otras prestaciones: estética-cosmética, ocio, deportes. Calidad: acreditación, actualización, política de privacidad, protección de datos, opinión del usuario, idiomas, multimedia.

Toda la información ha sido recogida por el mismo investigador. Se realiza distribución de frecuencia y porcentajes en cada uno de los ítems valorado por Balneario y Comunidades Autónomas. Según nuestro modelo, hemos definido un ranking de los balnearios y Comunidades Autónomas que ofrecen las mejores páginas web. Este ranking se ha realizado sumando las valoraciones obtenidas en cada uno de los apartados. Si tiene información 1, si no 0. No se analiza el contenido de la información.

Resultados

El 97,5% de los balnearios tienen página Web.

Baleares, Aragón y Murcia son las Comunidades Autónomas que mejor puntuación han obtenido.

Conclusiones

La información y servicios que muestran no se encuentran al mismo nivel de desarrollo. Muy pocos pá-

ginas ofrecen información preventiva, de investigación y sobre contraindicaciones. Menos de la cuarta parte ofrece información específica sobre el servicio médico. No se ha encontrado ningún Balneario con certificación de su página en salud aunque algunos tienen certificaciones que no son específicos de sanidad. Hay muchas posibilidades de mejora que se podían ver plasmadas en un trabajo coordinado por parte de la Sociedad Española de Hidrología Médica y los médicos hidrólogos de cada Balneario para definir estándares aplicables a los temas de salud.

Uso del blog como herramienta de comunicación en Hidrología Médica

MJ. Pascual Segovia

Médico Especialista en Hidrología Médica y Especialista en Medicina Preventiva y Salud Pública. Unidad de Comunicación Madrid Salud. Ayuntamiento de Madrid

Resumen

Esta comunicación recoge el interés que los lectores del Blog de Madrid Salud demuestran por los temas relacionados con contenidos de Hidrología Médica y presenta la posibilidades que ofrece Internet a través de los BLOG como espacio de información y comunicación para esta especialidad médica.

Introducción

En estos momentos el usuario es el verdadero protagonista de Internet. Las Web 2.0 han revolucionado este mundo. Ha desaparecido la barrera entre creadores y consumidores y los weblogs han jugado un importante papel en este cambio (Telefónica 2008). En España, de los usuarios de Internet, el 77,8% son lectores de blogs y el 41,4% han escrito alguna vez en ellos. Existen en la web más de 130 millones de blogs (Technorati 2008). Blogs y redes sociales han pasado a ser lo 2º más valorado tras la opinión de la familia y amigos como elemento de toma de decisión (PriceMinistere 2009).

Metodología

Fuentes: Blog de Madrid Salud en www.madridsalud.es. Datos: Entradas (post) y comentarios con conteni-

