



# Web, consulti online, email: attenzione alla deontologia

Le linee guida della Fnomceo regolamentano la correttezza deontologica dei messaggi pubblicati e sottolineano la necessità di garantire trasparenza e correttezza dei contenuti diffusi su internet dalla classe medica



La diffusione su larga scala dei nuovi media sta rapidamente cambiando il modo di comunicare, anche in ambito sanitario, e il web è diventato sempre più un luogo di interazione fra pubblico ed esperti e, come tale, deve fornire contenuti appropriati. Il compito di vigilare sull'aspetto deontologico in rete, sia che si tratti di siti web sia che si parli di posta elettronica, spetta alla Federazione nazionale degli ordini dei medici chirurghi e degli odontoiatri (Fnomceo).

## Il boom dei siti web in ambito sanitario

Nell'ultimo decennio il web ha acquisito un ruolo fondamentale nel panorama informativo mondiale, offrendo libero accesso a costo zero a una vastissima quantità di dati, con la conseguente possibilità di confrontare tra loro le diverse fonti in tempo reale. Restringendo il campo all'informazione in ambito sanitario, si è assistito a un vero e proprio boom che ha visto la nascita di moltissimi

siti web, gestiti da strutture sanitarie o da singoli medici, che si presentano come utili strumenti di informazione per aiutare il paziente a orientarsi tra le varie specializzazioni e prestazioni erogate o per fornire elementi di approfondimento in materia sanitaria, con un livello di accuratezza tuttavia molto spesso limitato.

Se da un lato questa mole di dati può rappresentare uno strumento conosciuto di grande utilità che l'utente può gestire in completa autonomia, dall'altro il rischio è che il paziente di ritrovi sommerso da queste notizie e possa deviare dalle terapie corrette.

«Il tema della correttezza deontologica del messaggio pubblicato – spiega **Giuseppe Renzo**, presidente della Commissione albo odontoiatri nazionali (Cao) – è particolarmente delicato in quanto, da una recente ricerca internazionale resa pubblica dalla London School of Economics risulta che in Italia l'81% dei navigatori acquisisce informazioni sanita-



► Giuseppe Renzo, presidente Cao

rie su internet e che, in una media oscillante tra il 4 e il 10%, ricorre alla rete per l'autodiagnosi. È facile comprendere le preoccupazioni che possono derivare da simili comportamenti per la tutela della salute, anche in relazione alla difficoltà di individuare in modo incontrovertibile la serietà scientifica degli innumerevoli siti che si occupano di problematiche sanitarie. A questo proposito, la Fnomceo ha prodotto una revisione del codice deontologico che, nell'allegato relativo alla pubblicità dell'informazione sanitaria, contiene delle linee guida inerenti le appli-

cazioni degli artt. 55-56-57 del codice di deontologia medica. In caso di utilizzo di strumenti web – sottolinea Renzo – è raccomandata la conformità dell'informazione ai principi dell'HONCode ([www.hon.ch](http://www.hon.ch)), ossia ai criteri di qualità dell'informazione sanitaria in rete (vedi box a pagina 18, ndr). Inoltre, la Fnomceo ritiene utile ricordare l'importanza dell'accessibilità per i siti web (legge Stanca), al fine di consentire a tutte le tipologie di pazienti la fruizione dei siti di medici e odontoiatri. È opportuno sottolineare come gli strumenti di programmazione

più evoluti e scenografici non sempre consentano la miglior accessibilità, ragion per cui è bene affidarsi a realtà che abbiano esperienza nello sviluppo di siti web in ambito sanitario» ha suggerito il presidente Cao.

## Linee guida per i medici sul web

Per l'apertura di un sito web non è richiesta alcuna preventiva autorizzazione o nulla osta da parte dell'ordine di appartenenza, che tuttavia si riserva di svolgere controlli per verificare il contenuto del messaggio diffuso, come chiarisce Giuseppe Renzo: «Il professionista dovrà comunicare all'ordine provinciale di iscrizione (in caso di strutture sanitarie tale onere compete al direttore sanitario) di aver messo in rete il sito, dichiarando la conformità deontologica alle linee guida. Particolare attenzione deve essere dedicata alla produzione dei contenuti e alla loro conformità con i principi ispirati dal codice deontologico e alle linee guida – continua Renzo –. Nella produzione di contenuti è inteso che non è ammessa la pub-

blicità ingannevole né la pubblicazione di notizie che rivestano carattere di pubblicità personale surrettizia o che siano lesive della dignità e del decoro della categoria. Inoltre il sito non può ospitare spazi pubblicitari né link riferibili ad attività pubblicitaria di aziende farmaceutiche o tecnologiche operanti in campo sanitario e non è ammessa la pubblicizzazione o la vendita di prodotti o servizi; è invece consentito diffondere messaggi informativi contenenti le tariffe delle prestazioni erogate».

Il sito può contenere pagine dedicate all'educazione sanitaria, anche corredate di immagini in relazione alla specifica professionalità del medico o dell'odontoiatra, e possono essere presenti link a siti di informazione medica o scientifica. Inoltre, il sito può prevedere una zona riservata per informative destinate unicamente ai professionisti, a cui è possibile accedere tramite password.

Il medico può pubblicare il proprio curriculum professionale, corredato da eventuali titoli di specializzazione, di libera docenza, master universitari, dottorati di ri-

## MEDICO E PAZIENTE NELLA NUOVA SANITÀ

Gli intervistati nel corso dell'indagine condotta dal Censis e dal Forum per la Ricerca biomedica, pubblicati nell'ottobre 2012 nel rapporto dal titolo "Quale futuro per il rapporto medico-paziente nella nuova sanità?", alla domanda che li interrogava in merito alle ragioni che li spingono all'utilizzo dei nuovi media in campo sanitario, hanno dichiarato di fare ricorso a internet principalmente per i seguenti motivi: per cercare informazioni che li possano aiutare a capire meglio le indicazioni del medico (66,6%), per verificare la diagnosi del medico (51,9%), per discutere con il medico dei risultati delle sue ricerche su internet (33%), per prenotare una prestazione o ottenere un servizio amministrativo online (19,3%), per ricevere attraverso i social network informazioni utili sulla salute, senza averle cercate (14,2%), per comunicare con il medico di medicina generale via e-mail (12,4%).

Questa trasformazione in senso digitale dei servizi sanitari, di cui il paziente è artefice e promotore, è responsabile della creazione di nuovi tipi di comunicazione e di un diverso rapporto tra medico e paziente. Nella pratica quotidiana in effetti un'e-mail può ormai sostituire una telefonata e risulta un mezzo molto utile, per esempio, per fornire ai propri pazienti indirizzi o numeri di telefono delle strutture sanitarie alle quali si consiglia di rivolgersi, o per fornire consigli e istruzioni su come assumere farmaci. Inoltre, a differenza delle conversazioni telefoniche, i messaggi di posta elettronica sono documentazione vera e propria che può essere stampata e inserita nella cartella sanitaria, consentendo così una migliore gestione dell'assistenza al proprio paziente.



cerca, titoli accademici ed eventuali altri titoli, che devono essere tutti verificabili. A tal fine è obbligatorio indicare le autorità che li hanno rilasciati e/o i soggetti presso i quali ottenerne conferma. Anche le esperienze lavorative possono essere oggetto di pubblicazione: l'iter professionale, così come quello formativo, deve tuttavia essere obiettivo e verificabile. Per offrire agli utenti informazioni pratiche ed esaustive relative all'attività professionale, il sito può contenere indicazione sugli orari di accesso allo studio, sulle modalità di prenotazione delle visite o informazioni relative all'eventuale presenza di personale ausiliario. In considerazione dell'importanza del rapporto clinico diretto, le linee guida degli ordini sconsigliano ai medici di fornire ai pazienti tramite il sito web informazioni che possano esporre a critiche o a errori, quando non si è a conoscenza della situazione clinico-anamnestica di chi scrive. È naturalmente possibile, per i medici o gli odontoiatri, partecipare via internet a forum di discussione su argomenti sanitari che si svolgano fra i medici. Se invece il forum è libero (accessibile da

chiunque), il medico che vi partecipa in qualità di relatore deve pretendere che il soggetto che ospita il forum abbia cura di avvertire l'utenza che la consulenza telematica non sostituisce la tradizionale visita medica.

La diffusione dell'e-mail

Una delle applicazioni che ha contribuito maggiormente alla diffusione di internet è la posta elettronica, strumento che consente di comunicare rapidamente in forma privata e a costi ridotti. «L'e-mail è un efficace strumento di comunicazione – prosegue Giuseppe Renzo – specialmente per quanto concerne gli aspetti organizzativi, forse meno efficace per aspetti di anamnesi e cura; come tale, deve essere utilizzato con cautela quando ci sono informazioni e diagnosi, in quanto essendo uno strumento di comunicazione asincrono non può tenere conto dello momento emotivo ed emozionale del soggetto che riceve la comunicazione. Nel caso l'e-mail contenga informazioni sanitarie, la gestione, l'archiviazione, la sicurezza e il backup devono prevedere aderenza alla normativa sulla privacy, in quanto si

tratta di dati sanitari sensibili». La facilità con cui i pazienti/utenti possono reperire indirizzi di posta elettronica di specialisti di qualsiasi disciplina e la mole delle informazioni disponibili in rete sono fattori che hanno influenzato nel corso degli ultimi anni il panorama della comunicazione in sanità, che si è evoluto con grande velocità. Ne sono derivate una serie di trasformazioni che sono inevitabilmente destinate a modificare il modo in cui i cittadini si rivolgono ai servizi sanitari.

La posta elettronica nel rapporto medico-paziente

Anche in questo ambito, l'utilizzo della posta elettronica per motivi clinici è regolamentato dalle linee guida pubblicate dalla Fnomceo: «Partendo dal presupposto che nulla sostituisce il rapporto diretto con il paziente, la possibilità di visita, cura e la relazione interpersonale, l'utilizzo della posta elettronica nei rapporti con i pazienti è consentito – chiarisce Renzo – purché vengano rispettati tutti i criteri di riservatezza dei dati e dei pazienti cui si riferiscono e in particolare alle seguenti condizioni:

ogni messaggio deve contenere l'avvertimento che la visita medica rappresenta il solo strumento diagnostico per un efficace trattamento terapeutico e che i consigli forniti via e-mail vanno intesi come meri suggerimenti di comportamento; va altresì riportato che trattasi di corrispondenza aperta; inoltre è rigorosamente vietato inviare messaggi contenenti dati sanitari di un paziente a un altro paziente o a terzi o diffondere l'indirizzo di posta elettronica dei pazienti, in particolare per usi pubblicitari o per piani di marketing. Qualora il medico predisponga un elenco di pazienti suddivisi per patologia, può inviare messaggi agli appartenenti alla lista, evitando che ciascun destinatario possa visualizzare dati relativi agli altri appartenenti alla stessa lista». Il presidente Cao ci aiuta a far luce anche sul corretto utilizzo dei dati dei pazienti in caso di consulto ad altro specialista. «L'utilizzo della posta elettronica nei rapporti fra colleghi ai fini di consulto è consentito purché non venga fornito il nominativo del paziente interessato, né il suo indirizzo, né altra informazione che lo renda riconoscibile, se non per quanto strettamente necessario per le finalità diagnostiche e terapeutiche – afferma Renzo –. La disponibilità di sistemi di posta elettronica sicuri equiparati alla corrispondenza chiusa, può consentire la trasmissione di dati sensibili per quanto previsto dalla normativa sulla tutela dei dati personali. Infine il medico deve tutelare in maniera adeguata l'accesso alla propria casella e-mail, in quanto contiene dati sensibili alla privacy, e pertanto avere una corretta gestione della sicurezza sotto tutti gli aspetti». L'inosservanza da parte di un medico di quanto previsto dalle linee guida della Fnomceo nell'utilizzo del web e della posta elettronica, conclude Giuseppe Renzo «può comportare l'intervento anche disciplinare dell'ordine che, ai sensi della normativa di legge vigente, è chiamato a valutare la veridicità e la trasparenza di qualsiasi messaggio, anche trasmesso con mezzi elettronici. Non si tratta di creare ostacoli all'utilizzo delle nuove tecnologie, ma di porre estrema attenzione affinché venga tutelato il cittadino e paziente che spesso, a causa di un'evidente "asimmetria informativa", non è in grado di valutare le informazioni di carattere tecnico-scientifico in campo medico».

Rachele Villa

GLI 8 PRINCIPI DELL'HONCODE

La certificazione HONcode è un attestato di qualità rilasciato a livello mondiale dalla Health On The Net Foundation, un'organizzazione non governativa operante dal 1995, nota per aver elaborato le prime linee guida per la redazione e la pubblicazione di informazioni mediche online. I siti web certificati possono esporre il bollino HONcode e dichiarare che l'informazione sanitaria presente sul sito in questione rispetta le seguenti regole etiche stabilite dalla Hon.

1. Ogni informazione medica fornita e ospitata dal sito sarà scritta unicamente da esperti dell'area medica e da professionisti qualificati, a meno che un'esplicita dichiarazione non precisi che qualche informazione provenga da persone o organizzazioni non mediche.
2. Le informazioni diffuse dal sito sono destinate a incoraggiare, e non a sostituire, le relazioni esistenti tra paziente e medico.
3. Le informazioni personali riguardanti i pazienti e i visitatori di un sito medico, compresa l'identità, sono confidenziali. Il responsabile del sito s'impegna sull'onore a rispettare le condizioni legali di confidenzialità delle informazioni mediche in rispetto delle leggi del paese dove il server e i mirror-site sono situati.
4. La provenienza delle informazioni diffuse devono essere accompagnate da referenze esplicite e, se possibile, da link verso questi dati. La data dell'ultimo aggiornamento deve apparire chiaramente sulla pagina (ad esempio in basso a ogni pagina).
5. Ogni affermazione relativa al beneficio o ai miglioramenti indotti da un trattamento, da un prodotto o da un servizio commerciale, sarà supportata da prove adeguate e ponderate secondo il precedente Principio 4.
6. Gli ideatori del sito si sforzeranno di fornire informazioni nella maniera più chiara possibile e forniranno un indirizzo al quale gli utilizzatori possono chiedere ulteriori dettagli o supporto. Questo indirizzo e-mail deve essere chiaramente visibile sulle pagine del sito.
7. Il patrocinio del sito deve essere chiaramente identificato compresa l'identità delle organizzazioni commerciali e non-commerciali che contribuiscono al finanziamento, ai servizi o al materiale del sito.
8. Se la pubblicità è una fonte di sovvenzione del sito deve essere chiaramente indicato. I responsabili del sito forniranno una breve descrizione dell'accordo pubblicitario adottato. Ogni apporto promozionale ed eventuale materiale pubblicitario sarà presentato all'utente in modo chiaro per differenziarlo dal materiale originale prodotto dall'istituzione che gestisce il sito.

