



## Internet e posta elettronica

La legge n.175 del 5 febbraio 1992 e le successive modificazioni ed integrazioni (D.M. 16 settembre 1994, n.657 - legge 26 febbraio 1999, n.42 - Legge 14 ottobre 1999 n.362 - Legge 3 maggio 2004 n.112), dettano norme severe sulla pubblicità sanitaria.

Non solo i messaggi devono essere rigorosamente asettici (nome, indirizzo, titoli riconosciuti dallo Stato), ma targhe ed annunci hanno limiti spaziali precisi e solo le specializzazioni riconosciute possono essere esibite.

Anche l'ultima stesura del Codice Deontologico tenta di definire i confini tra pubblicità ed informazione.

Sono infatti vietate al medico e all'odontoiatra tutte le forme, dirette od indirette, di pubblicità personale, inoltre, dal predetto dettato deontologico, si evince in modo inequivocabile che l'informazione sanitaria non può assumere le forme della pubblicità commerciale.

L'informazione deve essere utile, veritiera, certificata e deve evitare, anche indirettamente, qualsiasi forma pubblicitaria personale, il sanitario non deve divulgare notizie non ancora accreditate dalla comunità scientifica, né deve concedere avallo a prodotti di esclusivo interesse promozionale.

L'Ordine Provinciale dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri di Messina, come del resto tutti gli altri Ordini, hanno sperimentato la difficoltà di applicare le predette norme, soprattutto dopo l'esplosione di internet, con siti web stracolmi di pubblicità dei singoli medici e di notizie scientifiche, fornite da società rigorosamente credibili, ma anche dai più strani (e qualche volta sospetti) provider.

A questo si aggiunge il commercio elettronico, sul cui rischio si è soffermata con ampie direttive la stessa UE e, infine le consultazioni telematiche, forse il punto più dolente della questione sul piano deontologico e del rispetto della privacy.

Nel registrare il ricorso sempre crescente dei medici e dei cittadini nei confronti del fenomeno Internet, che con tutta la sua potenza sta invadendo sempre più il mondo professionale sanitario, si è, nel contempo, evidenziato il dato statistico che prevede che nel giro di pochissimi anni il numero di medici utilizzatori di Internet raggiungerà e supererà quello degli utenti della rete telefonica.

In questo scenario si ritiene, in assenza di interventi legislativi specifici, di riaffermare il ruolo della istituzione ordinistica a tutela della dignità della professione medica e della buona fede del cittadino.

Pertanto, nel tentativo di poter fare interloquire l'Ordine con i suoi iscritti (relativamente alla materia oggetto della questione), il Consiglio Direttivo, nella seduta del 31 Ottobre 2001, ha adottato due delibere che riconoscono l'interesse dei medici e degli odontoiatri all'uso dello strumento telematico e l'impossibilità di regolare la presenza in rete dei predetti sanitari.

La prima delibera riguarda la presenza dei medici, degli odontoiatri e delle strutture sanitarie sulla rete internet.

Le strutture sanitarie possono così diffondere i dati della Carta dei servizi, previa comunicazione all'Ordine dell'apertura del sito web, con il divieto di ospitarvi spazi pubblicitari in particolare di aziende farmaceutiche e di indurre il cittadino a scelte pilotate.

Il sito può contenere spazi per notizie riservate ai medici e/o odontoiatri autorizzate dall'Ordine.

I singoli professionisti potranno procedere all'apertura del sito web, previa autorizzazione dell'Ordine, che dovrà rilasciare apposito nulla osta ai medici ed agli odontoiatri richiedenti, controllando la correttezza del messaggio proposto e la rispondenza ai criteri di cui alla legge sulla pubblicità sanitaria.

I sanitari interessati, sottostaranno alle stesse regole della legge n.175/92 e successive modificazioni ed integrazioni, ma potranno aggiungere un curriculum professionale, la specifica delle prestazioni effettuate e le modalità organizzative della propria attività, comprese le tariffe.

Il medico/odontoiatra, inoltre, potrà usare la posta elettronica, anche fornendo consulenze agli utenti-pazienti, con l'obbligo di ricordare in calce che nessuna consultazione telematica può sostituire la visita; inoltre potrà programmare pagine di educazione sanitaria.

Con la seconda delibera si forniscono alcune specifiche sull'uso della posta elettronica, per garantire la privacy ed utilizzarla in modo consequenziale alle norme della deontologia.

La posta elettronica ha molti vantaggi rispetto ad altri metodi di comunicazione: è più rapida della posta convenzionale e raggiunge il destinatario nel giro di pochi minuti, qualsiasi siano i punti di partenza o di arrivo.

Mandare un messaggio e-mail richiede un minor sforzo fisico, nonché in termini di tempo rispetto ad una lettera convenzionale (non servono buste, francobolli, spostamenti per trovare una buca delle lettere).

A differenza delle comunicazioni telefoniche l'e-mail non richiede l'attenzione contemporanea dei due corrispondenti, per questo motivo i medici la preferiscono al telefono. Inoltre con l'e-mail è molto semplice spedire un messaggio a molte persone diverse nello stesso momento.

Un messaggio di posta elettronica può essere composto da un testo di poche righe, ma anche di documenti molto più complessi, che grazie alla funzione di "attachment" (letteralmente tradotto: aggancio) possono includere files di qualunque tipo, anche di immagine o suoni.

Resta tuttavia l'impressione che i confini tra informazione e pubblicità siano sempre più labili e che il mercato "senza regole" resti incontrollabile.