

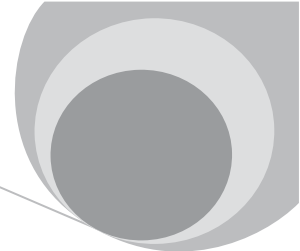
2015

ETICA PROFESSIONALE E COMUNICAZIONE

Federazione Logopedisti Italiani

Il presente documento è stato approvato dalla Direzione Nazionale della Federazione Logopedisti Italiani il 30 Novembre 2014. Tali principi corrispondono ai valori della F.L.I. e dei propri associati che intendano sostenere e tutelare la qualità professionale al servizio del bene Salute.





INTRODUZIONE

Il cambiamento sociale e di comportamento adottati nello scambio tra informazioni tra Cittadini e Professionisti e tra i Professionisti stessi all'interno della loro comunità ha determinato notevoli opportunità all'interno del web, luogo virtuale in cui ognuno è libero di accedere per scambiare informazioni, collaborare alla creazione di nuova conoscenza e nel quale gli utenti sono fruitori ma anche produttori di informazioni (Santoro, 2007). I recenti dati, indicati da una revisione della letteratura in campo sanitario, hanno evidenziato che sono milioni in tutto il mondo le persone di ogni età che quotidianamente frequentano i social media (Formez PA, 2011; Van de Belt et al., 2012). Sempre più spesso il web viene utilizzato dalle persone per comunicare, trovare informazioni anche di tipo sanitario e condividere esperienze (Kernisan, 2010; Van De Belt., 2010 e 2012; Hawker, 2010; Lukes, 2010; McDaid, 2010; Censis, 2009; Gurr et al., 2008; Trotter et al., 2012).

Il rapido sviluppo e la diffusione di Internet hanno portato all'elaborazione di sistemi e modalità di comunicazione audio visive veloci e sofisticate, utilizzabili con un numero sempre più elevato di dispositivi, che hanno cambiato le modalità di approccio all'informazione da parte del cittadino (Censis, 2009; McDaid, La Park, 2011). Tuttavia in questo sistema non mancano criticità ed aree di preoccupazione sociale e professionale.

LA SITUAZIONE NAZIONALE

L'importanza di tutelare una corretta informazione ed uno stile di comportamento etico in tema di informazioni sanitarie, ha fatto sì che, già nel 2010 nel nostro Paese, all'interno del processo di riforma della relazione tra il cittadino e le istituzioni sanitarie, il Ministero della Salute abbia elaborato le linee guida per la comunicazione online in tema di tutela e promozione della salute.

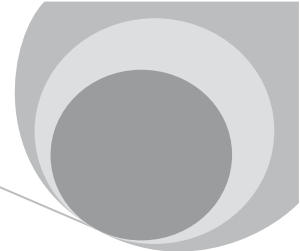
Tali raccomandazioni sottolineano come sia fondamentale, per tutte le strutture del SSN (Servizio Sanitario Nazionale) e per i Professionisti, dotarsi di strumenti che aumentino la partecipazione da parte dei cittadini e che, nel contempo, rispettino la finalità di offrire informazioni valide e autorevoli (Ministero della Salute, 2010; Formez PA, 2011).

LA POSIZIONE DELL'ASSOCIAZIONE FEDERAZIONE LOGOPEDISTI ITALIANI

Anche l'Associazione F.L.I., all'interno del mondo professionale, assiste ad un rapido sviluppo dei canali comunicativi dei social media, che aumentano in modo significativo le relazioni fondamentali per rispondere a bisogni di cura complessi, in rapida evoluzione ed elemento cardine del sistema salute.

L'informazione e la comunicazione sono componenti essenziali della relazione tra professionista e cittadino. Internet offre un'opportunità senza precedenti a questa comunicazione diretta. Da questo fenomeno il mondo della sanità non può esimersi e ciò rappresenta una sfida per tutti i professionisti della salute.





Le opportunità di natura professionale offerte dai social media sono numerose:

- migliorano la comunicazione con il cittadino e lo fanno in tempo reale;
- permettono la diffusione rapida di messaggi;
- permettono l'effettuazione di campagne di sensibilizzazione;
- favoriscono la diffusione e la discussione di buone pratiche, di educazione sanitaria e dei risultati della ricerca;
- permettono di costruire una rete di riferimento affidabile sui temi della salute;
- possono fungere da strumento didattico per studenti e docenti;
- permettono la condivisione di esperienze;
- favoriscono le relazioni professionali e sociali;
- aumentano l'aggregazione professionale;
- consentono di rappresentare e tutelare la professione logopedica.

Risulterebbe difficile non usare i social media anche in ambito sanitario, infatti significherebbe rimanere un passo indietro rispetto alla realtà attuale e perdere i vantaggi offerti da questi nuovi mezzi di comunicazione.

Tuttavia l'utilizzo ormai esponenziale di tali attività richiede una maggiore responsabilità nel loro utilizzo. Per sfruttare al meglio i social media, occorre conoscerli bene ed essere consapevoli dei possibili rischi di un loro uso improprio:

- violazione della privacy di pazienti o colleghi;
- condivisione inappropriata e diffusione di informazioni sensibili;
- violazione dei confini professionali;
- violazione della riservatezza di informazioni sanitarie;
- compromissione dell'immagine del logopedista, dell'organizzazione a cui appartiene o del sistema sanitario.

COME CARATTERIZZARE IL COMPORTAMENTO DEI LOGOPEDISTI NEI SOCIAL MEDIA

Nel contesto sanitario l'uso improprio dei social media si può riflettere lungo tutti i livelli del rapporto tra l'assistito e il sistema sanitario: il rapporto con il paziente/cittadino, il rapporto tra professionisti e tra questi e l'organizzazione.

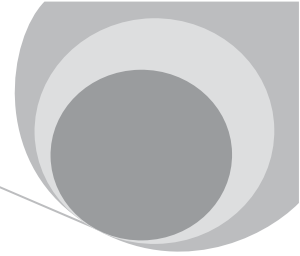
Nei rapporti con il cittadino/paziente/utente

- **Rispettare la privacy e la riservatezza online dell'assistito**

Mantenere la privacy e la riservatezza è un obbligo deontologico oltre che giuridico:

- prima di postare informazioni online considerare la solidità delle ragioni per farlo, assicurarsi di avere il consenso dell'assistito, che la sua identità sia protetta e che le informazioni pubblicate online non ne permettano l'identificazione;





- non diffondere mai attraverso i social media immagini o informazioni relative all'assistito che possano violare i suoi diritti di privacy e riservatezza;
- non pubblicare, condividere o diffondere immagini, dati o informazioni dell'assistito acquisite nella relazione logopedista-paziente;
- non esprimere commenti sugli assistiti anche quando gli stessi non possono essere identificati;
- non acquisire immagini (fotografie, video) utilizzando dispositivi personali ivi inclusi i telefoni cellulari se non previo consenso scritto della persona in causa.

➤ **Mantenere i confini professionali online**

I contatti online possono sfumare questi confini e confondere la relazione terapeutica che si instaura tra logopedista e assistito. Per mantenerla entro i confini professionali, anche online, è bene valutare l'opportunità di "accettare l'amicizia" degli assistiti sui social media o "favorire l'accesso degli assistiti" su siti personali o sociali. La relazione va mantenuta entro i confini professionali anche con i familiari e le altre persone coinvolte dall'assistito.

➤ **Mantenere gli standard professionali online**

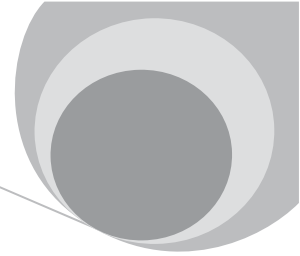
Elevati standard professionali sono attesi anche quando si utilizzano i social media o altre forme di comunicazione elettronica. La professionalità va tutelata anche online: la fiducia dell'assistito nei confronti del logopedista e l'immagine della professione logopedica sono fortemente condizionate dalla professionalità espressa dal professionista e percepita dagli assistiti anche attraverso la comunicazione.

Nei rapporti con gli altri professionisti

➤ **Tutelare online il decoro e la dignità propria e dei colleghi ed evitare comportamenti contrari alla deontologia:**

- proteggere la propria privacy e la propria riservatezza
 - considerare attentamente le opzioni offerte dai social media al momento della registrazione o dell'apertura di un account
 - valutare i profili, le immagini pubblicate, le informazioni e i commenti postati su blog e forum.
- agire con lealtà nei confronti dei colleghi e degli altri operatori
 - non pubblicare commenti negativi, informazioni, immagini relative a colleghi, collaboratori o altri professionisti. In questo modo possono essere compromesse l'integrazione e l'interazione tra operatori, modalità fondamentali per far fronte ai bisogni dell'assistito.





Nei rapporti con l'organizzazione

➤ **Mantenere online un comportamento corretto nei confronti dell'organizzazione:**

- conoscere e rispettare le politiche e i regolamenti aziendali relativi all'uso di computer, fotocamere, telecamere e altri dispositivi elettronici, compresi quelli personali, durante l'orario di lavoro e/o di formazione o stage;
- non pubblicare commenti o informazioni a nome e per conto delle strutture pubbliche, compresa l'università, e private, se non esplicitamente autorizzati e nel rispetto delle indicazioni definite dai regolamenti adottati.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

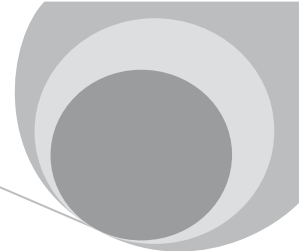
Si ringraziano in particolar modo l'Associazione maggiormente rappresentativa dei fisioterapisti A.I.F.I e la Federazione Nazionale Collegi Infermieri per l'accesso a loro documenti che hanno sostanziato il suddetto documento adottato F.L.I..

- A.I.F.I. Associazione Italiana Fisioterapisti <http://aifi.net>
- IPASVI Federazione Nazionale Collegi Infermieri <http://www.ipasvi.it>

Per maggiori informazioni e consultazioni:

- American Nurses Association (ANA) (2011) *ANA's Principles for Social Networking and the Nurse*. American Nurses Association, <http://www.nursesbooks.org>
- Censis (2009) *43° rapporto Censis sulla situazione sociale del Paese*. <http://www.censis.it>
- Censis (2012) *10° rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione. I media siamo noi. L'inizio dell'era biomediativa*. <http://www.censis.it>
- Censis (2012) *46° rapporto sulla situazione sociale del Paese*. Disponibile all'indirizzo: <http://www.censis.it>
- Fornez PA, Ministero per la pubblica amministrazione e la semplificazione (2011) *Linee guida per i siti web della PA. Vademecum pubblica amministrazione e social media*. <http://www.funzionepubblica.gov.it>
- Gurr A, Schwaab M, Hansen S, et al. (2009) *Use of the internet for health information by ENT patients*. HNO, 57(5), 473-9.
- Hawker MD (2010) *Social networking in the National Health Service in England: a quantitative analysis of the online identities of 152 primary care trusts*. Stud Health Technol Inform, 160, 356-60.
- Kernisan LP, Sudore RL, Knight SJ (2010) *Information-seeking at a caregiving website: a qualitative analysis*. J Med Internet Res, 12(3), e31.
- Lukes CA (2010) *Social media*. AAOHN J, 58(10), 415-7.
- Mayo Foundation for Medical Education and Research (2013) *Health care social media list*. <http://network.socialmedia.mayoclinic.org/hcsml-grid>





- McDaid D, La Park A (2011) *Online health: untangling web*. The British United Provident Association Limited (BUPA).
- Ministero della Salute e Università Sapienza Roma (2010) *Linee guida per la comunicazione online in tema di tutela e promozione della salute*. <http://www.salute.gov.it>
- Ressler P, Glazer G (2010) *Legislative: nursing's engagement in health policy and healthcare through social media*. OJIN, 16(1).
- Santoro E (2007) *Il web 2.0: dalla partecipazione alla in-formazione*. Ricerca & Pratica, 138, 266-269.
- Santoro E (2007) *Podcast, wiki e blog: il web 2.0 al servizio della formazione e dell'aggiornamento del medico*. Recenti Prog Med, 98, 484-494.
- Trotter MI, Morgan DW (2008) *Patients' use of the Internet for health related matters: a study of Internet usage in 2000 and 2006*. Health Informatics J, 14(3), 175-181.
- Van de Belt TH, Berben AA S, Samsom M, et al. (2012) *Use of social media by western european hospital: longitudinal study*. J Med Internet Res, 14(3), e61.
- Van De Belt TH, Engelen LJ, Berben SAA, et al. (2010) *Definition of Health 2.0 and Medicine 2.0: A systematic review*. J Med Internet Res, 12(2), e18.

