

Mai 2018

Les médias sociaux sont omniprésents et font partie de la réalité quotidienne dans plusieurs milieux. Aujourd'hui, le fait de ne pas posséder un compte Facebook, LinkedIn ou Twitter est presque devenu une exception.

On entend par « médias sociaux » l'ensemble des sites et des plateformes Web qui proposent des fonctionnalités dites sociales aux utilisateurs (les sites de réseaux sociaux comme Facebook) ainsi que ceux qui permettent la création collaborative de contenus (comme les wikis), l'échange d'informations entre individus (forums, blogues ouverts aux commentaires) et le partage de contenus (articles, photos, vidéos, messages).

Ces plateformes offrent un potentiel de diffusion important, et ce, sans l'intervention d'un tiers parti, contrairement aux médias traditionnels (le producteur en télévision ou le chef de pupitre d'un journal, par exemple). Elles se nourrissent d'interactions sociales entre des interlocuteurs dont on ne connaît pas toujours l'identité.

Lorsque vous clavardez sur un réseau social, vous ne savez pas qui peut lire vos publications. Votre public n'est pas défini et il peut être très important. Même si vos paramètres de sécurité sont resserrés ou que votre compte a peu d'abonnés, il suffit d'une capture d'écran pour qu'une de vos publications devienne accessible à grande échelle. Toute l'information diffusée laisse des traces; elle est reproductible et transférable par les fonctionnalités de partage. Il est donc difficile de la supprimer définitivement ou de reprendre le contrôle si un message devient viral.

Malgré ces inconvénients, l'usage des médias sociaux semble bien installé. La technologie évolue, mais les règles et les lois demeurent et continuent de s'appliquer. Ces outils de communication entraînent de nombreux défis; les barrières entre la vie privée et la vie publique y sont plus minces que jamais.

Les plateformes sociales du Web présentent des avantages indéniables, mais il faut les utiliser avec discernement et toujours porter un grand soin à ce qu'on y écrit.

Ainsi, devant l'engouement que suscitent les médias sociaux, qu'ils soient destinés au grand public ou privés et réservés à certains usagers, l'Ordre des dentistes du Québec considère qu'il est important non seulement de sensibiliser ses membres aux précautions à prendre pour minimiser les risques associés à ces modes de communication, mais aussi de leur rappeler certains principes fondamentaux.

Principes fondamentaux

➔ Vous devez respecter vos obligations légales

- Le secret professionnel est une règle d'or, même en ligne. Les renseignements personnels et médicaux concernant vos patients sont confidentiels. Une atteinte au principe du secret professionnel constitue une faute déontologique grave.
- Les informations inscrites au dossier du patient, y compris celles relatives aux éléments qui le composent (radiographies, modèles, etc.), appartiennent à ce dernier. Vous ne pouvez les utiliser de quelque façon que ce soit, en tout ou en partie, sans le consentement explicite et écrit du patient.
- Vous devez respecter les exigences relatives au consentement éclairé du patient, notamment en matière d'anonymat. Assurez-vous que ce dernier, ou son tuteur légal, a consenti expressément à ce que des informations le concernant ou des éléments de son dossier soient diffusés sur les réseaux sociaux, en tout ou en partie, y compris sur des sites sécurisés. Assurez-vous également que la personne qui donne son consentement comprend les particularités de chacun des réseaux sociaux où seront diffusées ces informations.
- La réglementation de l'Ordre en matière de publicité s'applique intégralement dans le contexte des médias sociaux, notamment en ce qui a trait aux témoignages. Quel que soit le mode de communication utilisé, les dentistes sont tenus de se conformer aux règles déontologiques en vigueur. Ils ne doivent en aucune façon accueillir, utiliser, ni encourager les témoignages d'appui ou de reconnaissance, ni y faire référence.
- Avant de donner une opinion professionnelle, vous devez détenir toutes les informations nécessaires pour le faire. Par conséquent, formuler un avis professionnel sur les médias sociaux est à

Principes fondamentaux (suite)

proscrire. N'oubliez pas que vous engagez votre responsabilité professionnelle chaque fois que vous émettez une opinion à propos d'un cas.

- Les communications reçues par un dentiste à propos d'un patient, y compris les opinions de collègues, qu'elles soient formulées sur Facebook ou ailleurs, font partie du dossier du patient. Elles doivent être clairement reproduites, documentées et conservées dans le dossier. Rappelez-vous que les informations inscrites au dossier du patient lui appartiennent. Lui seul a le droit d'y avoir accès et peut autoriser leur divulgation.
- Abstenez-vous de formuler des commentaires négatifs, gratuits, sans fondement ou injustifiés au sujet de personnes, de groupes ou d'organisations. Vous êtes responsable des dommages à la réputation que vous pourriez causer, et ce, même dans vos profils personnels et privés.

→ Vous devez maintenir la relation de confiance entre le dentiste et le public

- Vérifiez régulièrement les paramètres de confidentialité des diverses plateformes sociales que vous utilisez. Portez attention aux fonctionnalités qui permettent à d'autres usagers de vous identifier dans un contenu ou encore de publier un contenu sur votre compte. Sachez que ces paramètres n'offrent pas de garantie absolue. Assurez-vous que les paramètres de confidentialité appropriés sont sélectionnés et que vos communications sont acheminées au bon destinataire.
- Rappelez-vous que les commentaires formulés au sein de groupes de discussion peuvent se répandre rapidement et devenir viraux en très peu de temps. Vos propos peuvent être utilisés à mauvais escient, retransmis à un auditoire beaucoup plus large et ainsi avoir des conséquences sur votre vie professionnelle et personnelle.
- Tenez pour acquis que lorsqu'une information est transmise sur les réseaux sociaux, son auteur n'en a plus la propriété. Ainsi, vous pourriez y laisser des renseignements personnels permettant de vous identifier et d'identifier votre patient. Lorsque des renseignements sont publiés sur Internet, ils y demeurent vraisemblablement de façon permanente. Par exemple, la base de données de Facebook conserve tous les renseignements publiés sur ses pages. Quand vous supprimez un contenu, il devient invisible, mais il reste archivé sur les serveurs de l'entreprise.

- Sachez qu'un seul renseignement peut suffire pour identifier un patient ou des personnes qui lui sont apparentées.

→ Vous devez préserver les limites professionnelles appropriées

- Envisagez de séparer vos contenus personnels de vos contenus professionnels (p. ex. sur Facebook) afin d'éviter de voir votre vie professionnelle et votre vie personnelle confondues.
- Ne rendez pas publics des renseignements personnels précis vous concernant sur les médias sociaux sans être au fait des paramètres de confidentialité. Tant les patients que les membres de votre personnel pourraient y accéder facilement.
- N'entretenez pas de rapports avec des patients dans un cadre non professionnel sur des sites tels que Facebook, Instagram, Snapchat et Twitter.
- Soyez conscient du fait que les médias sociaux sont accessibles en tout temps.
- Avant de communiquer avec vos patients par courriel, en utilisant une adresse professionnelle, ou par tout autre moyen sur le Web, convenez-en avec eux, en leur précisant toutefois que ces moyens ne garantissent pas la confidentialité des échanges.
- Soyez conscient que les délais de réponse aux messages transmis par courriel peuvent parfois être longs et que ce mode de communication peut s'avérer peu efficace. Le cas échéant, avisez votre patient qu'il lui appartient d'assurer le suivi de ses courriels.

La règle générale est d'être prudent en ce qui a trait aux commentaires diffusés sur le Web. Avant de soumettre un commentaire sur les médias sociaux, il est judicieux de s'assurer de sa véracité, de son caractère opportun et de son utilité.

Les réseaux sociaux sont un formidable outil de développement et de réseautage. Faites-en un usage professionnel adéquat.