



Les communications professionnelles en ligne et dans les médias sociaux

Carole Chatalalsingh, PhD, Dt.P.
Conseillère sur l'exercice et analyste des politiques

Carole.Chatalalsingh@collegeofdietitians.org

De bonnes compétences en communication sont fondamentales pour le bon exercice de la profession. En raison de la popularité grandissante des médias sociaux et des plateformes en ligne, un nombre grandissant de diététistes demandent à l'Ordre comment élaborer et maintenir des communications professionnelles en ligne.

L'Ordre appuie les communications en ligne, dans les médias sociaux et avec des applications, surtout pour fournir des services à valeur ajoutée aux clients et améliorer l'efficacité. Les principes de professionnalisme dans les communications en face à face s'appliquent aussi en ligne et dans les médias sociaux. Le bon sens, le jugement professionnel et la réflexion critique sont de rigueur. Cependant, pour se conformer aux lois lors de ces communications, les diététistes doivent connaître les obligations légales.

1. LÉGISLATION ANTI-POURRIEL

La *Loi canadienne anti-pourriel* est entrée en vigueur le 1er juillet 2014. Elle s'applique aux messages électroniques, aux textes, aux messages instantanés et à tous messages semblables envoyés à des adresses électroniques. Si vous utilisez des canaux électroniques pour promouvoir ou commercialiser vos services, votre organisme ou vos produits, cette loi peut vous concerner. Visitez le site <http://fightspam.gc.ca/eic/site/030.nsf/fra/accueil> pour connaître les critères fondamentaux de conformité.

2. PROTÉGER LA VIE PRIVÉE ET LA CONFIDENTIALITÉ

Les diététistes doivent protéger la confidentialité des renseignements sur leurs clients et se conformer à la législation sur la protection de la vie privée, y compris la *Loi de 2004 sur la protection des renseignements personnels sur la santé* (LPRPS). Cette loi exige de prendre des mesures raisonnables pour protéger les renseignements personnels sur la santé dont vous avez le contrôle.

Obtenir le consentement éclairé pour les communications en ligne

Lors que vous communiquez directement en ligne avec des clients, il est important de les informer des questions de sécurité entourant la transmission de renseignements personnels sur la santé. Il faut obtenir leur consentement éclairé. Bien souvent, le consentement peut être implicite quand les clients choisissent de communiquer en ligne. Exercez votre jugement professionnel pour déterminer dans quels cas vous pouvez présumer que le consentement est implicite au lieu de demander un consentement officiel écrit ou verbal.

Chiffrer les messages contenant des renseignements personnels sur la santé envoyés à partir de dispositifs mobiles

Les communications en ligne et dans les médias sociaux se font à partir d'ordinateurs portables, de clés USB, de tablettes, de téléphones intelligents et d'autres dispositifs mobiles. Le commissaire à l'information et à la protection de la vie privée de l'Ontario exige que les professionnels de la santé chiffrer tous les messages contenant des renseignements personnels sur la santé transmis avec des appareils mobiles. Étant donné que ces appareils peuvent être volés, la protection avec un mot de passe ne suffit pas; le chiffrement est aussi requis.

L'Ordre n'a pas de recommandation particulière concernant le chiffrement mais il existe plusieurs options, comme des clés USB dotées d'un logiciel de chiffrement. Pour obtenir d'autres renseignements, consultez un expert en technologie de l'information ou effectuez une recherche en ligne. Le Bureau du commissaire à l'information et à la protection de la vie privée de l'Ontario a publié une feuille-info sur ce sujet : <https://www.ipc.on.ca/images/Resources/fs-16-f.pdf>.

Si vous travaillez dans un organisme, consultez le personnel de la technologie de l'information pour déterminer le meilleur

moyen de protéger la confidentialité des renseignements sur les clients. Beaucoup d'employeurs ont aussi des règles et des politiques sur les communications en ligne et dans les médias sociaux.

3. MAINTENIR LE PROFESSIONNALISME DANS LES COMMUNICATIONS EN LIGNE

Comportement professionnel

En tant que diététiste, votre conduite et vos obligations professionnelles dans les interactions en ligne sont les mêmes que dans d'autres cadres, comme les hôpitaux, les organismes de santé publique, les établissements de soins de longue durée, les cliniques privées ou autres. Vous devez avoir un comportement aussi professionnel en ligne que face à vos clients.



Conformément au règlement de l'Ordre sur la faute professionnelle, lorsque vous avez des activités professionnelles en ligne, vous devez utiliser le nom qui figure dans votre profil dans le tableau de l'Ordre et votre désignation professionnelle, c.-à-d. « Diététiste professionnel(le) » ou « Dt.P. ».

Relations doubles

Évitez les relations doubles avec les clients, c.-à-d., personnelles et professionnelles. Dans les réseaux sociaux, les échanges sont moins officiels que dans un bureau, ce qui fait qu'il est plus difficile d'établir ou de conserver une relation professionnelle. Dans la mesure du possible, séparez votre présence professionnelle et personnelle en ligne. N'ayez jamais d'interactions avec vos clients dans vos réseaux sociaux personnels ou dans les médias sociaux.

Le fait d'accepter l'invitation d'un client de devenir son « amie » sur Facebook, même avec des paramètres stricts de protection de la vie privée, peut vous faire entrer dans sa vie privée et

vous amener à exposer des renseignements sur votre propre vie privée. En outre, le fait d'accepter l'invitation donne un caractère social et professionnel à votre relation. Quand un client vous invite à être son « amie », la meilleure approche est de décliner sa demande et de lui expliquer personnellement au téléphone ou à sa prochaine visite (si elle a lieu bientôt) pourquoi vous ne pouvez pas l'accepter.

Professionalisme

Afin de préserver le professionnalisme, faites attention à ce que vous ou d'autres personnes affichez dans vos réseaux professionnels et sociaux. Conserver toujours une image respectueuse et professionnelle, même dans vos réseaux sociaux. Un membre de votre réseau peut transmettre largement les mises à jour sur votre situation personnelle et des photos, même celles qui portent la mention « privé ». Ce que vous faites dans votre vie personnelle peut aussi avoir des répercussions sur votre vie professionnelle.

N'identifiez jamais de clients en ligne

Les diététistes peuvent certes parler de leurs expériences professionnelles dans les médias et réseaux sociaux, mais elles ne devraient jamais révéler le nom de clients ou fournir des renseignements qui permettraient de les identifier. En tant que professionnelle de la santé, il vous incombe de prendre toutes les mesures nécessaires pour créer un environnement d'exercice sécuritaire et de prévenir l'accès non autorisé à des renseignements sur les clients en ligne ou sur vos appareils mobiles.

Respect des autres

Il est important de toujours respecter les clients et les collègues en ligne. Tout ce que vous affichez, personnellement ou professionnellement, peut ramener à votre exercice ou à vos collègues. Les lois sur la diffamation, le droit d'auteur et le plagiat s'appliquent aussi aux échanges dans les médias sociaux. Indiquez toujours la source originale et le lien de vos renseignements.

Intégrité

Conservez des normes élevées d'intégrité dans les communications en ligne. Par exemple, évitez de parler de problèmes du lieu de travail dans les médias sociaux. Utilisez des méthodes appropriées de communication et de résolution des conflits pour discuter, signaler et résoudre des problèmes sur votre lieu de travail et non pas en ligne.

Si vous communiquez votre expertise en nutrition en ligne, l'exercice sécuritaire et compétent de la diététique exige

d'avoir des communications claires et dignes de confiance. Cela signifie que tout renseignement que vous fournissez en ligne est exact, d'actualité, et surtout, facile à comprendre pour les clients. Vous devez appuyer vos opinions par des preuves et des pratiques exemplaires, et ne jamais fournir de renseignements trompeurs.

Il est facile de communiquer en ligne et dans les médias sociaux. Il est important que les diététistes réfléchissent à leurs pratiques et s'efforcent d'avoir des communications claires, professionnelles et appropriées au public visé.

4. APPLICATION DES PRINCIPES PROFESSIONNELS

Communiquer en ligne avec les clients

- Obtenez le consentement éclairé de vos clients pour leur envoyer des renseignements personnels sur la santé par messages textes ou électroniques. Expliquez-leur les risques.
- Évitez d'utiliser des appareils mobiles dans les lieux publics où des gens autour de vous peuvent voir des renseignements confidentiels.
- Protégez toujours vos dispositifs électroniques avec un mot de passe et chiffrez les renseignements personnels sur la santé qui y sont entreposés.
- Prenez des mesures pour protéger la confidentialité des renseignements sur la santé transmis en ligne, comme utiliser les initiales d'un client plutôt que son nom complet, un mot de passe, un code numérique ou des données chiffrées.

Les communications interprofessionnelles – Ordres textuels

Même si l'Ordre ne possède pas de politique concernant les ordres textuels provenant de personnel paramédical, les attentes et les obligations réglementaires demeurent quand il s'agit d'ordre reçus par d'autres moyens comme le téléphone ou des ordres verbaux. Avec l'utilisation accrue des communications électroniques par des organismes et les employés, pour respecter vos obligations professionnelles, vous devez prendre de nouvelles mesures pour protéger la vie privée des clients. Si votre organisme autorise la communication d'ordres par messages textes, suivez alors ses politiques.

Comment documenter avec des applications

Si vous utilisez un portail sécurisé pour exercer ou une

Observez toujours en ligne les principes de professionnalisme que vous appliquez hors ligne.

application pour échanger des renseignements avec des clients, vous devez documenter les interactions en ligne. Quand des clients vous envoient des renseignements personnels sur la santé à l'aide d'une application de téléphone intelligent, vous devriez les transférer ou les résumer dans leur dossier de santé.

Réseautage social

Le réseautage social consiste à utiliser un service, une plateforme ou un site en ligne qui est axé sur l'établissement de relations sociales entre des gens ayant des intérêts et activités semblables. Les sites Web de réseautage social peuvent être utiles pour les diététistes qui désirent recueillir et exposer leurs expériences, ainsi que pour discuter de la nutrition et de la diététique. Ces types d'interactions professionnelles sont un moyen auxiliaire pratique d'éducation et de dialogue professionnels et interprofessionnels. Cependant, la plupart des sites de réseautage social n'offrent pas de plateforme sécurisée pour échanger des renseignements confidentiels sur les patients.

- Twitter : Quand une personne demande des conseils diététiques sur Twitter, il est important de savoir que les renseignements ne sont pas confidentiels. Bien qu'il soit possible de fournir des renseignements généraux sur la nutrition à un client sur Twitter, il est préférable d'avoir la conversation hors ligne quand il s'agit de conseils plus personnels, à moins d'avoir le consentement explicite du client. N'oubliez pas non plus qu'en raison du nombre limité de caractères sur Twitter, il peut être difficile de communiquer utilement. Si vous travaillez pour un organisme, consultez la politique sur les médias sociaux ou le réseautage social pour obtenir des lignes directrices.
- Facebook : Avant d'afficher des renseignements sur Facebook ou « d'aimer » quoi que ce soit, réfléchissez à vos intentions et aux incidences possibles sur votre image professionnelle. Demandez-vous : « Est-ce que cet affichage reflète mon image de fournisseur professionnel de soins de santé? »; « Est-ce respectueux pour mes amis

et mes collègues qui verront cet affichage? »; « Est-ce exact? »; « Aimer » les commentaires irrespectueux, les blagues ou images déplacées de quelqu'un revient à peu près à les faire vous-même.

Consultation en ligne

Obtenez toujours un consentement éclairé lorsque vous fournissez des services en ligne et avez des interactions en ligne avec des clients. Les consultations par vidéo peuvent avoir lieu par l'entremise d'un serveur comme le Réseau de télémédecine de l'Ontario (RTO) ou une connexion Internet standard; dans ce dernier cas, n'oubliez pas que la transmission n'est peut-être pas aussi sécurisée. Vérifiez que vos clients sont conscients de cela quand vous obtenez leur consentement.

Courrier électronique

En règle générale, il faudrait éviter d'envoyer des renseignements personnels sur la santé par courrier électronique. Il est bon d'obtenir le consentement de la personne pour communiquer par courrier électronique, de chiffrer le message ou de dépersonnaliser les renseignements. Il faut aussi informer les clients des questions de sécurité (c.-à-d., qu'Internet n'est pas complètement sûr et que le courrier peut être piraté), et tenir compte du fait que le courrier électronique peut avoir un fonctionnement incertain, arriver plusieurs heures ou jours en retard ou même pas du tout.

Blogues

En supposant qu'il n'y a pas de conflit d'intérêts, il est possible de publier des blogues sur des sujets et produits liés à la nutrition. Dans les blogues sur la nutrition, veillez à ce que vos opinions reposent sur des preuves et qu'elles sont rédigées de manière professionnelle. Si vous utilisez des exemples de clients, supprimez tous les renseignements permettant de les identifier. Les clients ne devraient pas deviner qu'il s'agit d'eux. Avant de publier un blogue, réfléchissez

à vos intentions et aux conséquences possibles de vos propos. De plus, faites attention à vos réponses. « Aimer » ou endosser les commentaires irrespectueux de quelqu'un dans un blogue revient presque à les faire vous-même. « Aimer » signifie que vous approuvez et appuyez les commentaires.

ENTENTE D'UTILISATION

Nous recommandons d'élaborer une entente d'utilisation pour tous les sites Internet (pages Facebook, sites Web, blogues, etc.). Elle devrait indiquer clairement la raison d'être du site et

la responsabilité des utilisateurs en ce qui concerne les affichages, qu'il convient de respecter les autres, et que les commentaires seront surveillés et pourraient être supprimés s'ils sont inappropriés. Elle devrait également indiquer les limitations de l'information publiée sur le site, en affichant par exemple un avis du type « Les renseignements sont d'ordre général et ne remplacent pas les conseils de votre médecin, de votre diététiste ou d'un autre professionnel de la santé ».

Certains sites Web affichent une déclaration qu'il faut accepter avant d'avoir le droit de se joindre à un groupe et de voir ou de commenter un site. Les diététistes pourraient instaurer cela sur les sites qu'elles gèrent personnellement afin que tous les lecteurs connaissent la conduite appropriée escomptée.



BIBLIOGRAPHIE

- Steinecke, Richard. *A Complete Guide to the regulated Health Professions Act*. Aurora: Canada Law Book, mis à jour chaque année.
- DeJong, S.M. (2014) *Blogs and Tweets, Texting and Friending- Social Media and Online Professionalism in Health Care*.
- Greysen S.R., Kind T., Chretien K.C. « Online professionalism and the mirror of social media ». *J Gen Intern Med*. 2010;25:1227-1229.