

E-consulting L'esperienza di Salvo Catania, oncologo milanese, che da otto anni ha un sito come studio virtuale per consultazioni e consigli

I medici che visitano in rete: «Via mail c'è più confidenza»

Esce dalla sala operatoria ed ancora con indosso il camice da chirurgo apre il computer. Empatia medico-paziente in Rete. Salvo Catania, 66 anni. Un pianeta di e-patient in crescita esponenziale. *Senosalvo.com* è il suo sito. Dal 2004, due-tre ore al giorno a rispondere, leggere referti, consigliare. «Sin da piccolo dormo poco, ma non perché insonne, e sfrutto il maggior numero di ore a mia disposizione per integrare la mia attività professionale reale con quella virtuale», dice. Tramite email private ha raccolto migliaia di contatti dal 2004 dopo avere allestito un sito artigianale che tutt'ora registra circa un milione di pagine lette all'anno. «Dal 2005 — racconta — ho iniziato a rispondere anche alle richieste di consulto su *www.medicitalia.it* e sino ad oggi ho dato circa 15.500 risposte a utenti anonimi». Ma c'è chi non condivide la scelta del chirurgo oncologo milanese. Lo critica per vari motivi: si fa pubblicità, non sono vere visite, i consulto virtuali sono un rischio,

la privacy potrebbe venire meno...

Salvo Catania non è l'unico e nemmeno il primo (in Italia forse sì). Ed è il momento non di criticare, ma di favorire, con regole, le consultazioni in Rete. È una crescita esponenziale. C'è chi stima che oltre la metà della popolazione mondiale cerchi informazioni sul web riguardo alla salute. Uno dei primi argomenti di ricerca per i navigatori. E aumentano i medici web 2.0. Nel 2008 durante l'appuntamento mondiale degli oncologi, quello della società scientifica americana (Asco), si aggregò una sessione spontanea di medici twitteristi per affrontare i temi dei loro rapporti con i pazienti sul social network: parteciparono in 630, molti rimasero fuori per la limitata capienza dell'aula. Emersero problemi di privacy, di diagnosi senza visita, di aggiustamenti di cura effettuati dall'oncologo tra un aeroporto e l'altro, tra un congresso e l'altro. Ma in tempo reale, quando invece un appuntamento per una visita

vis-à-vis avrebbe permesso una risposta dopo un tempo variabile, dal momento della richiesta, di 30-60 giorni. E ciò in una sanità a pagamento.

I rischi dell'informazione medico-scientifica online sono, però, molto elevati: per l'incompetenza di chi tratta questi temi, per la superficialità adottata dalla maggioranza dei siti (costa più avere un medico o un giornalista specializzato, meglio i copia incolla effettuati da una segretaria precaria che si avvale anche, se serve, del traduttore automatico), per una «leggera» tutela della privacy, per i contenuti inframmezzati in misura molto marcata da pubblicità commerciale. In questo quadro navigano 20 milioni di italiani (dati del 2010) che effettuano tramite i motori di ricerca la diagnosi, auto stabiliscono la cura e, in un sesto dei casi, comprano farmaci online: 7 miliardi di euro il mercato mondiale stimato solo per i medicinali anti-impotenza e per gli psicofarmaci (dagli an-

tidepressivi agli anti-fame).

Il sito per l'e-consulting di Salvo Catania gode del gradimento delle sue pazienti e di quelle di altre Regioni. O di chi cerca consigli e lumi preventivi. «Indubbiamente — dice — il rischio principale, ma solo teorico, è costituito dal fatto che il parere del medico virtuale è fornito sulle sole indicazioni date dall'utente, il quale può segnalare sintomi di poco conto e tralasciare particolari importanti sul suo stato di salute». Un'operata al seno che vive in una zona terremotata dell'Emilia Romagna lo ha scelto da giorni come consulente. Scambi di email notturni. Una carezza virtuale apprezzata dalla paziente, meno angosciata nonostante le scosse.

M. Pap.

 @mariopaps

I navigatori

Gli italiani che cercano su Internet risposte sulla propria salute sono circa venti milioni

Chi è



Salvo Catania, chirurgo oncologo di Milano, ha un suo sito (*Senosalvo.com*) e risponde alle domande di consulto all'indirizzo Internet *www.medicitalia.it*

